اللغــة الإعــلامية

المفاهيم - الأسس- التطبيقات

أ.د. ســامى الشريف

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

د. أيمن منصور ندا

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

٢٠٠٤

اللغــة الإعــلامية

المفاهيم - الأسس- التطبيقات

أ.د. ســامى الشريف

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

د. أيمن منصور ندا

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

رقم الإيداع : ١٣٣٢٥ / ٢٠٠٤

I.S.B.N: 977 - 223 - 913 - 2

مداخلات تكنولوچيا التعليم

أ.د/ مصطفى عبد السميع
د. منى محمد الجزار

المحتويات

كيف تدرس هذا المقرر

عزيزى الدارس :

عزيزتى الدارسة:

ننصحك باتباع الخطوات التاليـة أثناء استخدامك هذا الكتاب الذى بين يديك لتستفيد منه أقصى استفادة.

١- اقرأ عناوين : الكتاب / الوحدة / العناصر وادرسها دراسة متأملة.

٢- استخرج من العنوان المتغيرات التى تستشعر أن الكتاب يكتب حولها.

٣- ابدأ بقراءة كل فقرة من الفقرات بتأن ، وفى نهايتها حدد أنت ما كان يهدف إليه المؤلف.

٤- خلال قراءتك لاحظ كيف يوثق الباحث ما يقدم من عمل ...

هل يشير إلى المرجع فى المتن ثم يذكر المراجع بصفحاتها فى النهاية ؟

هل يشير برقم المرجع والصفحة فى المتن ثم بيانات المراجع فى النهاية؟

هل يشير برقم المرجع ثم يذكر بياناته فى هامش الصفحة؟

هل يستخدم أسلوبا آخر؟

٥- بعد قراءتك لخص ما قرأت تلخيصا مناسبا لكل العناصر.

٦- حاول الرجوع إلى ما لخصت لإنعاش ذاكرتك ومراجعة معارفك.

٧- بعد انتهائك من الكتاب حاول أن تنقد ما قرأت ، وحاول ترتيبه لنفسك كما تحب . فأنت قادر على ذلك.

مـقدمـــة

كيف تستطيع، عزيزى الدارس، أن تصلح العالم الذى تعيش فيه؟ سؤال قد يبدو غريباً وصعباً لكنه كان مألوفاً وسهلاً لدى كونفوشيوس حكيم الصين العظيم، إذ أجاب بأن "إصلاح العالم سهل إذا صلحت اللغة التى يستخدمها الناس!! " إذ يرى كونفوشيوس "أن اللغة السائدة (فى زمانه) ليست صائبة، لأن ما يقال - عادةً - لا يحمل المعنى المقصود، وإذا كان ما يقال لا يحمل المعنى المقصود فإننا لن نستطيع القيام بما ينبغى أن نقوم به، وإذا لم نستطع أن نفعل ذلك فسدت الأخلاق والفنون، وإذا فسدت الأخلاق والفنون ضلت العدالة، وإذا ضلت العدالة احتار الناس وتاهوا، وإذا احتار الناس عجزوا عن الفعل، وإذا عجزوا عن الفعل توقف العالم وتدهورت أحواله".

وقديماً نُسب إلى أرسطو قوله: «الإنسان حيوان ناطق»، صحيح أن العلم الحديث أثبت أن هناك كائنات أخرى ناطقة، غير أن النطق الذى قصده أرسطو هو النطق القائم على الفكر، وهى خصيصة تميز الإنسان عن غيره من الكائنات وتسمو به عليها، إذ تتيح له التواصل مع الآخرين من ناحية والاتصال عبر الأجيال من ناحية أخرى، كما تتيح له تسجيل أفكاره ومشاعره.

على هذا، فاللغة ليست وسيلة لنقل المعانى والفكر فقط ولكنها إضافة إلى هذا جزء من الفكر إن لم تكن الفكر كله، لذلك لم يكن غريباً أن يسأل سقراط جليسه: «يا هذا، حدِّثنى حتى أراك» ، ولم يكن غريباً أيضاً أن نقول: «تكلمْ، أقلْ لك من أنت».

وإذا كانت اللغة بهذه الأهمية لأنشطة الإنسان ككل، فهى أكثر أهمية للنشاط الإعلامى كجزء، فاللغة الإعلامية، كما يشير البعض، هى «لسان الإعلام الذى ينطق به فى أدائه لدوره، هى أداة الإعلام فى نقل رسالته لمستقبليها.. تصوغها

وتنقل الأفكار التى تحتويها وتعبر عن مضمونها ، وعلى قدر ما تكون هذه اللغة من الكمال والاكتمال ؛ تكون الرسالة الإعلامية فعالة ومؤثرة..

وإذا كان عالم الاتصال الكندى مارشال ماكلوهان يشير إلى أن «الرسالة هى الوسيلة» فإننا يمكن أن نضيف إلى ذلك جزءاً آخر وهو أن «الوسيلة هى اللغة» وبذا يمكن، بطريقة الاستدلال الأرسطى، أن نصل إلى نتيجة مفادها أن «الرسالة الإعلامية هى محصلة ونتاج لمفردات اللغة التى عبرت عن هذه الرسالة وحملت أفكارها».

والكتاب الذى بين يديك عزيزى الدارس هو مقدمة فى «اللغة الإعلامية» لا يحوى تفصيلاً كاملا ولا يتضمن تأصيلاً خالصاً، ولكنه محاولة لإجمال الخصائص العامة لهذه اللغة وللوقوف على أهم سماتها وخصائصها.

ويتكون الكتاب من ثمانى وحدات يمكن القول: إنها متصلة ومنفصلة فى الوقت ذاته:

الوحدة الأولى: وقد عرضنا فيها لمفهوم اللغة بصفة عامة، وقدمنا عدة تعريفات لها ، كما قدمنا محاولات لحصر وظائفها ولبيان مستويات التعبير بها.

الوحدة الثانية: وقد خصصناها للتعريف بالمفهوم العام للغة الإعلامية، ولذكر أهم السمات العامة لها.

الوحدة الثالثة: وهى واحدة من ثلاث وحدات خصصناها للغة الراديو والتليفزيون، وفيها نعرض للشروط الواجب توافرها فى اللغة الإذاعية ومؤهلات الكتّاب الإذاعيين.

الوحدة الرابعة: وقد عرضنا فيها لمكونات لغة الراديو والتليفزيون، ولطبيعة المفردات السمعية والبصرية الخاصة بهاتين الوسيلتين.

الوحدة الخامسة: واستعرضنا فيها مقومات لغة الأخبار فى الراديو والتليفزيون،

والاعتبارات النظرية والتطبيقية التى يجب مراعاتها فى اللغة التى تكتب بها.

الوحدة السادسة: وقد ركزنا فيها على لغة الصحافة، من حيث خصائصها العامة ، وتطورها التاريخى ، وموقعها بين مستويات النثر المختلفة.

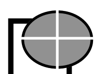
الوحدة السابعة: وقد أفردناها للحديث عن شروط اللغة المستخدمة فى منشورات العلاقات العامة وفى بياناتها الصحفية وغير الصحفية، كما تحدثنا فيها عن لغة الإعلانات فى الوسائل المختلفة وأهم خصائصها.

الوحدة الثامنة: وقد عرضنا فيها لأهم الأخطاء والمآخذ اللغوية الأكثر شيوعاً فى وسائل الإعلام ولكيفية تصويبها وتحسينها.

بقى أن نشير إلى أن «نظرة الطائر» قد سيطرت على طريقتنا فى عرض محتويات هذا الكتاب، بحكم كونه مقدمةً من ناحية وتعليمياً من ناحية أخرى، وللمستزيدين الرجوع إلى مؤلفات رائد علم الإعلام اللغوى فى الدراسات العربية أ.د. عبد العزيز شرف والذى افتقدناه مؤخراً (يونيو ٢٠٠٤) فجزاه الله عنا كل خير.

والله من وراء القصد وهو يهدى السبيل

المؤلفان



الوحدة الأولى

اللغة : مفهومها ووظائفها ومستويات التعبير بها

الأهداف السلوكية :

بعد دراسة الدارس لموضوع الوحدة، يجب أن يكون قادراً على أن:

١- يبين المعنى المراد باللغة كمفهوم.

٢- يُعرِّف خصائص اللغة.

٣- يحدد مستويات التعبير اللغوى.

٤- يميز بين اللغة والكلام.

٥- يفرق بين خصائص اللغة المنطوقة وخصائص اللغة المكتوبة.

٦- يبين وظائف اللغة الإنسانية .

العناصر :

- تعريفات اللغة.
- خصائص اللغة.
- اللغة والكلام.
- اللغة المنطوقة واللغة المكتوبة.
- وظائف اللغة.
- مستويات التعبير اللغوى.

الوحدة الأولى

اللغة : مفهومها ووظائفها ومستويات التعبير بها

مقدمة:

تعد اللغة أرقى ما لدى الإنسان من مصادر القوة والتفرد، ومن المتفق عليه الآن أن الإنسان وحده - دون غيره من أعضاء المملكة الحيوانية - هو الذى يستخدم الأصوات المنطوقة فى نظام محدد لتحقيق الاتصال بأبناء جنسه. فاللغة وحدها هى التى تميز هذا الكائن المتفرد عن غيره من مخلوقات الله. ونسب إلى أرسطو قديماً قوله :"إن الإنسان حيوان ناطق". ولعلَّ المقصود من هذا الوصف أن الإنسان وحده القادر على ترجمة أفكاره ومشاعره إلى ألفاظ وعبارات مفهومة لدى أبناء مجتمعه وعشيرته.

من هنا تعتبر اللغة، وعلى حد تعبير د. جمعة يوسف (١٩٩٠)، أساس الحضارة البشرية، وتمثل الوسيلة الرئيسية التى تتواصل بها الأجيال، وعن طريقها تنتقل الخبرات والمعارف والمنجزات الحضارية بمختلف صورها، وعن طريقها، أيضاً، لا ينقطع الإنسان عن الحياة بموته، ذلك أن اللغة تعينه على الامتداد تاريخياً ليسهم فى تشكيل فكر وثقافة وحياة الأجيال التالية.

تعريفات اللغة :

حاول عديد من العلماء والباحثين تحديد المقصود بكلمة لغة "Language" ووضعوا عديداً من التعريفات لهذه الكلمة يذكر بعضها الدكتور بركات عبد العزيز على النحو التالى[١]:

- اللغة نسق من الرموز الصوتية التى شاعت وانتشرت بوسائل شتى ليتعامل بها الأفراد.
- اللغة مجموعة الإجراءات الفسيولوچية والسيكولوچية التى فى حوزة

الإنسان لتمكنه من الكلام.

- اللغــة هى وظيـفـة التـعـبـيـر اللفظى عن الفكر سواء أكان داخلياً أم خارجياً.
- اللغة هى استعمال وظيفة التعبير اللفظى عن الفكر فى حالة معينة، فيقال: فلان يستعمل لغة غامضة، وفلان يتكلم بلغة العقل.
- اللغة كل نظام من العلاقات الدالة يمكن أن يستخدم كوسيلة اتصال.
- وهناك من يرى أن اللغة هى القدرة على اختراع العلامات الدالة أو استعمالها قصداً أو عمداً(٢).
- واللغة أيضاً هى نظام موضوع من العلامات بين رموز منطوقة فى ثقافة معينة للتعبير عن معنى معين.
- وهى مجموعة علامات ذات دلالة جمعية مشتركة ممكنة النطق من كل أفراد المجتمع المتكلم بها ، أو ذات ثبات نسبى فى كل موقف تظهر فيه، ويكون لها نظام محدد تتآلف بموجبه حسب أصول معينة ، وذلك لتركيب علاقات أكثر تعقيداً.

خصائص اللغة :

عمد بعض الباحثين إلى وضع عدد من الخصائص التى تميز اللغة الإنسانية عن غيرها ، لخصها د. جمعة يوسف (١٩٩٠) على النحو التالى:

١- تتسع لغة الإنسان للتعبير عن تجاربه وخبراته ومعارفه.

٢- اللغة الإنسانية رموز عرفية (اصطلاحية) غير مباشرة.

٣- لدى الإنسان وعى بالعلامات التى يستخدمها قصداً على أنها وسائل لتحقيق الأغراض.

٤- يستخدم الإنسان اللغة فى التعبير عن الأشياء العيانية (هذا كتاب)،

كما يستخدمها فى التعبير عن الأشياء المجردة (دماء الشهداء تغذى شجرة الحرية).

٥- يستخدم الإنسان اللغة فى التعبير عن أشياء أو أحداث معينة عن المتكلم زماناً (انتصر المسلمون فى غزوة بدر الكبرى)، ومكانا (بيت الله الحرام فى مكة).

٦- يعمم الإنسان الألفاظ التى يستخدمها فى الإشارة إلى أشياء متشابهة (إذا تعلم الإنسان أن ذلك الشكل المستطيل ذا الأربع أرجل، الذى نجلس إليه وبه أدراج يسمى مكتبا، فإنه يشير إلى الأشياء المشابهة فى المواقف المختلفة بالاسم نفسه).

٧- لغة الإنسان مركبة، تتألف من وحدات، ومن قواعد لتأليف الوحدات (حروف، كلمات جمل، ... إلخ).

٨- يستطيع الإنسان أن يستبدل كلمة بكلمة فى منطوق معين إذا تغير الموقف (مثال: ضرب محمدٌ عليا، فإذا تغير الموقف وتمكَّن علىّ من محمد نقول: ضرب علىٌ محمدا).

٩- لغة الإنسان محكومة بقواعد يفرضها عليه المجتمع الذى ينتمى إليه (فلم نر فى اللغة العربية أحدا ينصب الفاعل مثلا، أو يكِّون صيغ الجمع حسب ما يراه).

١٠- تتنوع لغة الإنسان بتنوع الجماعات التى تستخدمها بفعل عاملى الزمان والمكان.

١١- يكتسب الإنسان لغته من المجتمع الذى يعيش فيه.

ويرى «تشومسكى» - كما يشير د. جمعة يوسف - أن اللغة الإنسانية تتميز بعدة خصائص إضافية، وذلك على النحو الآتى:

١- **الازدواجية:** تحتوى أى لغة إنسانية على مستويين من حيث البنية: مستوى تركيبى يتضمن عناصر ذات معنى، تتألف وتتوافق فيما بينها لتؤلف الجمل فى السياق الكلامى والمستوى الصوتى.

٢- **التحول اللغوى:** والمقصود به مقدرة الإنسان على أن يتكلم بواسطة اللغة عن الأشياء والأحداث عبر الأزمنة والمسافات.

٣- **الانتقال اللغوى:** تُكْتسب اللغة الإنسانية وتُعلّم، وعبر الارتقاء يكتسب الطفل طرائق التعبير اللغوى وتركيب الجمل، ويحيط بمفردات لغته، وبعدها يستطيع الطفل استعمال لغته بصورة خلاقة، وبالتالى تنتقل من جيل إلى جيل.

٤- **الإبداعية فى اللغة:** وتعتبر من أهم خصائص اللغة، حيث تتكون اللغة الإنسانية من تنظيم كلامى مفتوح غير مغلق، يسمح بإنتاج وفهم عدد غير محدود من الجمل التى لم يسبق للفرد سماع الكثير منها من قبل، ومن الواضح أنها ترتبط بتنظيم قواعد لغوية تتيح لمن يدركها استخدام اللغة بطريقة إبداعية. ويتصف المظهر الإبداعى بما يلى:

(أ) أن الاستعمال الطبيعى للغة، هو استعمال متجدد وليس ترديداً لما سبق أن سمعناه.

(ب) لا يرتبط استعمال اللغة بأى منبه ملحوظ خارجياً كان أم داخلياً وبالتالى، فاللغة أداة الفكر والتعبير.

(جـ) يظهر الاستعمال تماسك اللغة وملاءمتها لكافة ظروف المتكلم.

اللغة والكلام:

يرى العالم السويسرى (فرديناند دى سوسيير) أن ما نسميه " لغة " يتخذ مظهرين مختلفين: أحدهما واقعى والآخر ذهنى، وقد أطلق على الأول الكلام وعلى الثانى اللغة، ويشير د. بركات عبد العزيز إلى أن الكلام عند سوسيير هو ما

يحدث فعلاً من أصوات لغوية صادرة من إنسان، أما اللغة فهى مجموعة الصور الذهنية التى توجد فى عقل جماعة من الجماعات والتى يمكن أن تخرج إلى الوجود على شكل كلام، ويرى أن الصورة الذهنية هى فى الواقع صورتان: صورة اللفظ أى كيفية النطق، وصورة الدلالة وهى فهم معنى اللفظ، ومجموع هاتين الصورتين هو ما يسميه دى سوسيير باسم الرمز اللغوى.

وبصفة عامة يمكن التمييز بين اللغة والكلام على الأسس الآتية:-

١- يرتبط الكلام باللغة ويتحقق كنتيجة لاستعمال اللغة. ويمكن اعتبار الكلام بمثابة عمل أو مظهر لغوى محدد.

٢- اللغة واقع اجتماعى ثابت، بينما الكلام عمل فردى متغير.

٣- اللغة هى نتاج يرثه الفرد تقريباً (يعقل من خلال الاكتساب)، بينما الكلام عمل إرادى يتسم بالذكاء يقوم به الفرد.

٤- اللغة هى الجزء الاجتماعى من عملية الكلام فهى تكمن خارج نفوذ الفرد الذى لا يستطيع أن يعدلها، وبالتالى يمكن أن تدرس مستقلة عنه.

٥- بما أن اللغة ظاهرة اجتماعية والكلام ظاهرة فردية، فإن الآليات اللازمة لتفسير الجمل متماثلة لدى كل الأعضاء فى المجتمع اللغوى.

٦- اللغة كامنة أو سلبية، وبالتالى فإن كل الأنشطة المرتبطة باللغة تنتمى إلى الكلام. (د. جمعة يوسف ١٩٩٠).

اللغة المنطوقة واللغة المكتوبة:

يتحقق الاتصال اللفظى فى شكلين متميزين: أحدهما الصورة المنطوقة (أو لغة الحديث)، والآخر هو الصورة المكتوبة(*) (أو لغة الكتابة). وربما كانت اللغة

(*) تشمل التفرقة بين اللغة المنطوقة والمكتوبة التفرقة بين العامية والفصحى؛ فالأولى توجد فى صورة منطوقة غالباً، وتعتبر الثانية لغة الكتابة (وهو وضع يكاد يكون عاماً فى مجتمعنا العربى).

المنطوقة من حيث أداؤها لوظيفة الاتصال أهم من لغة الكتابة وأوسع انتشاراً، فالإنسان العامى ينتج من الحديث أكثر ما ينتج من الكتابة. ورغم أن اللغة المكتوبة تعتبر تمثيلاً صادقاً للغة المنطوقة فإن علماء اللغة يولون «جل» اهتمامهم إلى اللغة المنطوقة، وإن كانوا لا يهملون اللغة المكتوبة تماماً. واهتمام علماء اللغة بدراسة الأشكال المنطوقة للغة يقوم على اعتبار أن الكلام عرف قبل الكتابة. وهذا الاهتمام يمثل ثورة وتحولا عن الاهتمام باللغة المكتوبة الذى استمر حتى عهد قريب. ولعل مرجع الاهتمام باللغة المكتوبة هو تفردها بميزتين:

(أ) انتقالها من مكان إلى آخر عبر مسافات بعيدة.

(ب) أنها تكاد تكون ثابتة ولا تتعرض للتغير المستمر الذى يصيب لغة الحديث.

ورغم أن البعض يرى أن الكتابة ما هى إلا محاولة لتمثيل اللغة المنطوقة إلا أن هناك ظروفاً مختلفة يكون لصور الارتقاء المستقلة فى اللغة المكتوبة تأثيرها فى اللغة المنطوقة. وعلى أى حال فإن العلاقة بين الكلام والكتابة ليست بسيطة، لأنهما ليسا متماثلين تماماً، وعلينا أن نعترف أن لكل لغة صورتين مستقلتين - المنطوقة والمكتوبة - متشابهتين فى جوانب كثيرة، ولكنهما مستقلتان ولهما خصائص متميزة.

ومن الطبيعى أنه كلما تعقدت الروابط الاجتماعية تفرعت اللغة إلى مجموعة من اللغات الخاصة، إلا أن هذه اللغات الخاصة أو اللهجات لا تمسخ اللغة المشتركة، كما أنها لا تستطيع نسخها، بل تقوم معها جنباً إلى جنب. من هنا نجد أنفسنا أمام لغة جديدة هى اللغة العامية، أو هى اللغة الفصحى نفسها فى مظهر محلى. وتساعد الظروف الاجتماعية والاقتصادية على نشأة اللغات العامية.

ويقسم البعض اللغة العربية المعاصرة إلى مستويين: فصحى التراث وفصحى العصر، ويتضمن المستوى الثانى وهو ما يسمى «العامية» ثلاثة مستويات هى:

عامية المثقفين، وعامية المتنورين، وعامية الأميين. وهذا التقسيم قائم على أساس الظروف التى يستخدم فيها كل مستوى، ويمكن للفرد الواحد (المثقفين والمتنورين خاصة) أن ينجح فى استخدام المستويين بكفاءة.

وظائف اللغة:

للغة وظائف متعددة، حاول العديد من العلماء والباحثين تحديدها وتصنيفها؛ إذ يرى علماء الفكر والفلسفة أنها وسيلة للتوصيل، ومساعد آلى للتفكير وأداة للتسجيل والرجوع.

ويرى أولبرت، على النحو الذى أشار إليه محمد على الأصفر (١٩٩٨)، أن للغة وظائف اجتماعية يمكن حصرها فيما يلى:-

(أ) أنها تجعل للمعارف والأفكار البشرية قيماً اجتماعية.

(ب) تسهم اللغة فى الاحتفاظ بالتراث الثقافى والتقاليد الاجتماعية من جيل إلى جيل.

(ج) اللغة تسهم فى تعليم الفرد وتكييف سلوكه بما يلائم سلوك وتقاليد المجتمع الذى يعيش فيه.

(د) اللغة تزود الفرد بأدوات التفكير، وما توصل إليه المجتمع البشرى من تطور وتقدم حضارى.

أما (بوهلر)، وهو عالم لغوى بارز، فيرى أن للغة ثلاث وظائف أساسية وهى وظائف اعتمدها العالم الروسى (ياكوبسون) وأكد عليها، والوظائف الثلاث هى:

أولاً- الوظيفة التعبيرية :

والتى يعبر فيها الكاتب أو المتكلم عن مشاعره، بغض النظر عن الاستجابة، وتظهر هذه الوظيفة فى الشعر الغنائى، والأدب القصصى والمسرحى، إضافة إلى البيانات الرسمية كالمراسلات والوثائق السياسية أو القانونية والأعمال الفلسفية العلمية الموثقة.

ثانياً- الوظيفة الإعلامية:

لب هذه الوظيفة هو المقام الخارجى أو حقائق الموضوع أو الحقيقة الواقعة خارج اللغة، وتتمثل فى الصيغ الإعلامية فى المقررات الدراسية والتقارير الفنية، أو المقالات الصحفية وأوراق البحث العلمى والأطروحات الدراسية وغيرها.

كذلك، فالوظيفة الإعلامية للغة تظهر حين تستخدم اللغة فى الإخبار عن الحقائق أو أحداث معينة، أو عن نوع من المعرفة أو فى شرح معين أو تقديم تقرير عن موضوع معين، كالتقارير والنشرات الإخبارية، والمعلومات العلمية المختلفة، والمعلومات العامة التى يتناقلها الأفراد فى أحاديثهم اليومية، أو تنشرها الصحف والإذاعات أو تتناقلها النشرات أو المجلات العلمية العامة، وما إلى ذلك.

ثالثاً- الوظيفة الخطابية:

وجوهر هذه الوظيفة هو جمهور القراء والمخاطبين، وتتعلق هذه الوظيفة فى مخاطبة الجماهير ليفعلوا شيئا ما، أو يفكروا بشىء ما، وأهم شىء فى هذه الوظيفة، هو رد الفعل الذى يقوم به المتلقون.

أما «ياكبسون» فقد عدت ست وظائف للغة بما فيها الوظائف التى ذكرها بوهلر وهى:-

١- **الوظيفة التبليغية**: وهى التى يسعى فيها المتكلم إلى إبلاغ المخاطب معنى ما.

٢- **الوظيفة التعبيرية** - أو الانفعالية:- وهى تركز على المرسل وتهدف إلى التعبير بصفة مباشرة عن موقف المتكلم تجاه ما يتحدث عنه، وهى تنزع إلى تقديم انطباع عن انفعال معين صادق أو خادع.

٣- **الوظيفة الإنشائية**: وتظهر فى صيغ الأمر والنهى والنداء.

٤- **وظيفة ما وراء اللغة**: وهى التى تسمح للمتكلم والمخاطب بالتثبت.

٥- **وظيفة الاتصال**: وهى تأتى لربط الكلام ومواصلته، فمثلاً عند المكالمات

الهاتفية - هل تسمعنى؟ - ويقصد بها تحقيق الترابط.

٦- **الوظيفة الشعرية**: وتشير هذه الوظيفة إلى اللغة المخصصة لإقناع الحواس من خلال الخيال والإيقاع والوزن، إضافة إلى المحسنات البلاغية المختلفة وتظهر بالخصوص فى الشعر ، فقول الشاعر لا يراد به الإخبار عن المعانى بقدر ما يراد به جلب الانتباه إلى كيفية الإخبار عنها.

وقد حاول «هاليداى» Halliday تقديم حصر بأهم وظائف اللغة فتمخضت محاولته عن الوظائف التى ذكرها د. جمعة يوسف على النحو التالى:

١- الوظيفة النفعية (الوسيلية) Instrumental Function:

فاللغة تسمح لمستخدميها منذ طفولتهم المبكرة أن يشبعوا حاجاتهم وأن يعبروا عن رغباتهم، وما يريدون الحصول عليه من البيئة المحيطة. وهذه الوظيفة هى التى يُطلق عليها وظيفة «أنا أريد».

٢- الوظيفة التنظيمية Regulatory Function :

يستطيع الفرد من خلال اللغة أن يتحكم فى سلوك الآخرين، وهى تعرف باسم وظيفة «افعل كذا.. ولا تفعل كذا» كنوع من الطلب أو الأمر لتنفيذ المطالب أو النهى عن أداء بعض الأفعال.

بمعنى آخر فإن اللغة لها وظيفة «الفعل»، أو التوجيه العملى المباشر؛ ففى عقد القران - مثلاً - يتم الزواج بمجرد النطق بألفاظ معينة، وكذلك فى المحكمة، حينما يقول القاضى: «حكمت المحكمة بكذا» فإن هذه الكلمات تتحول إلى فعل. وكذلك اللافتات التى نقرأها هى توجيهات وإرشادات من هذا القبيل.

٣- الوظيفة التفاعلية Interpersonal Function:

تستخدم اللغة للتفاعل مع الآخرين فى العالم الاجتماعى (وهى وظيفة «أنا وأنت»). وتبرز أهمية هذه الوظيفة باعتبار أن الإنسان كائن اجتماعى

لا يستطيع الفكاك من أسر جماعته. فنحن نستخدم اللغة ونتبادلها فى المناسبات الاجتماعية المختلفة، ونستخدمها فى إظهار الاحترام والتأدب مع الآخرين.

٤- الوظيفة الشخصية Personal Function :

من خلال اللغة يستطيع الفرد - طفلاً وراشداً - أن يعبر عن رؤاه الفريدة، ومشاعره واتجاهاته نحو موضوعات كثيرة، وبالتالى فهو يستطيع من خلال استخدامه اللغة أن يثبت هويته وكيانه الشخصى، ويقدم أفكاره للآخرين.

٥- الوظيفة الاستكشافية Heuristic Function :

بعد أن يبدأ الفرد فى تمييز ذاته عن البيئة المحيطة به يستخدم اللغة لاستكشاف وفهم هذه البيئة، وهى التى يمكن أن نطلق عليها الوظيفة الاستفهامية، بمعنى أنه يسأل عن الجوانب التى لا يعرفها فى بيئته حتى يستكمل النقص فى معلوماته عن هذه البيئة.

٦- الوظيفة التخيُّلية Imaginative Function:

تسمح اللغة للفرد بالهروب من الواقع عن طريق وسيلة من صنعه هو، وتتمثل فيما ينتجه من أشعار فى قوالب لغوية، تعكس انفعالاته وتجاربه وأحاسيسه، كما يستخدمها الإنسان للترويح، أو لشحذ الهمة والتغلب على صعوبة العمل وإضفاء روح الجماعة، كما هو الحال فى الأغانى والأهازيج التى يرددها الأفراد فى الأعمال الجماعية أو عند التنزه.

٧- الوظيفة الإخبارية (الإعلامية) Informative Function:

فمن خلال اللغة يستطيع الفرد أن ينقل معلومات جديدة ومتنوعة إلى أقرانه، بل ينقل المعلومات والخبرات إلى الأجيال المتعاقبة، وإلى أجزاء متفرقة من الكرة الأرضية خصوصاً بعد الثورة التكنولوجية الهائلة. ويمكن أن تمتد هذه الوظيفة لتصبح وظيفة تأثيرية، إقناعية، وهو ما يهم بعض المهتمين بالإعلام

والعلاقات العامة لحث الجمهور على الإقبال على سلعة معينة، أو العدول عن نمط سلوكى غير محبذ اجتماعياً، ويستخدم فى ذلك الألفاظ المحملة انفعالياً ووجدانياً.

٨- الوظيفة الرمزية Symbolic Function :

يرى البعض أن ألفاظ اللغة تمثل رموزاً تشير إلى الموجودات فى العالم الخارجى، وبالتالى فإن اللغة تخدم كوظيفة رمزية.

وبرغم ما تقدم فإن هناك من الباحثين من يقصر وظيفة اللغة الأساسية على التواصل أو التخاطب Communication بينما يرى البعض الآخر أن اللغة هى وسيلة واحدة من وسائل التخاطب.

مستويات التعبير اللغوى :

للتعبير اللغوى مستويات متعددة حسب الموقف العام للحديث أو الاتصال، كما أنه يتوقف على عوامل مختلفة عددها البعض فى: موضوع الحديث أو الكتابة ثم المستمع أو القارئ، كذلك فى نوعية الحديث من حيث هو شفهى أو مكتوب، إضافة إلى طبيعة الحديث هل هو موقف رسمى أم عادى؟

والعالم اللغوى مارثن جوس قسم الكلام إلى مستويات خمس بغض النظر عن كونه كلاماً مكتوباً أو شفهياً وضحها محمد على الأصفر (١٩٩٨) على النحو التالى:

(أ) **المستوى الخطابى**: وهو أسلوب يستخدم فى مخاطبة جمهور كبير لا تربطه علاقة بالمتكلم، ومن ثم فإن كلمته تكون منتقاة بدقة وعناية، ويتمثل فى المؤتمرات العلمية، والمحاضرات الجامعية، والمقالات التى تكتب للمجلات العلمية الجادة والتى تركز على الموضوع ذاته ومحاولة إيفائه بالشرح والتحليل والنقاش دون تعابير انفعالية أو شخصية.

(ب) **المستوى الرسمى**: وهو أقرب إلى الأسلوب الأول، وبالرغم من كونه أقل جموداً وحياداً، ويستخدم عادة فى المحاضرات الصغيرة، والمقالات التى تكتب فى المجلات وأعمدة الصحف الجادة.

(ج) **الأسلوب الاستشارى**: ويدخل ضمن الحوار الجاد بين الناس، وفيه تستخدم عبارات منتقاة، ويتمثل فى المعاملات التجارية، وحوار المحاكم وغيرها.

(د) **الأسلوب العادى**: وهو أسلوب يستخدم بين أصحاب المهنة الواحدة والأصدقاء ولا يتقيد فيه كثيراً، وعادة ما يكون الكلام منطقياً على سجيته.

(هـ) **الأسلوب الودى الحميم**: وفيه تسقط جميع التحفظات، مثل حديث الأسرة الواحدة، والأحباء والأقربين وغيرهم .

وعمومًا نلحظ أن هناك ثلاثة مستويات للتعبير اللغوى وهى:

أولاً- المستوى التذوقى الفنى الجمالى:

ويسمى مستوى التعبير الأدبى الذى يسعى فيه الأدباء للتعبير عن عواطفهم ومشاعرهم وتجاربهم الإنسانية، ولهم فى هذا التعبير طرائق شتى تختلف باختلاف الأشخاص واختلاف العصور واختلاف البيئات، أى أنه أسلوب الأدب والفن والتعبير بالعاطفة.

ثانياً- المستوى العلمى النظرى التجريدى :

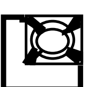
وفيه يعبر العلماء عن الحقائق العلمية المختلفة، وهم فى هذا يلتزمون بلغة تمتاز بالوضوح، واستخدام الألفاظ التى تكون على قدر المعانى، واصطناع المصطلحات التى اتفق عليها أهل كل علم من هذه العلوم على حدة.

وإذا كان المستوى الأدبى يتميز بالعاطفة والخيال، فإن المستوى العلمى يركز على الحقائق العقلانية.

ثالثاً- المستوى العملى الاجتماعى:

ويستخدم عادة فى الصحافة والإعلام بعامة، وفيه يقوم الصحفى بنقل الأخبار والحقائق والمعلومات، ويتميز باللغة المفهومة لدى أغلب القراء.

وتوجد هذه المستويات الثلاث فى كل مجتمع إنسانى، وكلما تقاربت وتفاعلت ازداد المجتمع تطوراً وتقدماً، فمن الثابت أن العصور التى يسود فيها نوع من التآلف بين المستويات الأدبية والعلمية، هى غالباً أزهى العصور وأرقاها.



ملخص الوحدة الأولى

تعتبر اللغة أساس الحضارة البشرية، وتمثل الوسيلة الرئيسية التى تتواصل بها الأجيال، وعن طريقها تنتقل الخبرات والمعارف والمنجزات الحضارية بمختلف صورها، وعن طريقها، أيضاً، لا ينقطع الإنسان عن الحياة بموته، ذلك أن اللغة تعينه على الامتداد تاريخياً ليسهم فى تشكيل فكر وثقافة وحياة الأجيال التالية.

توجد تعريفات كثيرة للغة، منها:

- اللغة نسق من الرموز الصوتية التى شاعت وانتشرت بوسائل شتى ليتعامل بها الأفراد.
- اللغة هى وظيفة التعبير اللفظى عن الفكر سواء أكان داخلياً أم خارجياً.
- اللغة كل نظام من العلاقات الدالة يمكن أن يستخدم كوسيلة اتصال.

يشير كثير من الباحثين إلى أن اللغة الإنسانية تتميز بعدة خصائص، أبرزها ما أشار إليه «تشومسكى» وهى:

- الازدواجية.
- التحول اللغوى.
- الانتقال اللغوى.
- الإبداعية.

وفرَّق الباحثون بين اللغة والكلام، حيث يرى العالم السويسرى فرديناند دى سوسيير أن ما نسميه لغة يتخذ مظهرين مختلفين: أحدهما واقعى والآخر ذهنى، وقد أطلق على الأول الكلام، وعلى الثانى اللغة. والكلام عند دى سوسيير هو ما يحدث فعلاً من أصوات لغوية صادرة من إنسان، أما اللغة فهى مجموعة الصور الذهنية التى توجد فى عقل جماعة من الجماعات والتى يمكن أن تخرج إلى الوجود

على شكل كلام.

ويقسم الباحثون اللغة العربية المعاصرة إلى مستويين: فصحى التراث وفصحى العصر، ويتضمن المستوي الثانى وهو ما يسمى «العامية» ثلاثة مستويات هى: عامية المثقفين، وعامية المتنورين، وعامية الأميين، وهذا التقسيم قائم على أساس الظروف التى يُستخدَم فيها كل مستوى، ويمكن للفرد الواحد (المثقفين والمتنورين خاصة) أن ينجح فى استخدام المستويين بكفاءة.

يرى علماء اللغة أن للغة الإنسانية وظائف متعددة، أبرزها:

- الوظيفة النفعية.
- الوظيفة التفاعلية.
- الوظيفة الشخصية.
- الوظيفة الاستكشافية.
- الوظيفة التخيلية.
- الوظيفة الإخبارية.
- الوظيفة الرمزية.

كما يفرِّق الباحثون بين ثلاثة مستويات للتعبير اللغوى، وهى:

- المستوى التذوقى الفنى الجمالى.
- المستوى العلمى النظرى التجريدى.
- المستوى العملى الاجتماعى.

أسئلة على الوحدة الأولى

س١: «تعتبر اللغة أساس الحضارة البشرية، وتمثل الوسيلة الرئيسية التى تتواصل بها الأجيال» . فى ضوء ذلك:

- اذكر بعض التعريفات التى قدمها الباحثون للغة وملاحظاتك عليها.
- وضح أهم خصائص اللغة الإنسانية.

س٢: وضح أهم الفروق، التى يشير إليها الباحثون، بين اللغة والكلام.

س٣: اشرح بالتفصيل أهم وظائف اللغة الإنسانية.

س٤: اذكر المستويات المختلفة التى أشار إليها الباحثون للتعبير اللغوى.

س٥: وضح أهم الفروق بين خصائص اللغة المنطوقة وخصائص اللغة المكتوبة .

مراجع الوحدة الأولى

(١) محمد على الأصفر (١٩٩٨). ***الوظيفة الإعلامية لفن المقالة فى الأدب العربى الحديث***. طرابلس، منشورات جامعة الفاتح.

(٢) عبد العزيز شرف (١٩٩١). ***اللغة الإعلامية***. بيروت، دار الجيل.

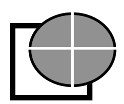
(٣) عبد العزيز شرف (١٩٩٩). ***لغة الحضارة وتحديات المستقبل***. القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب.

(٤) عبد العزيز شرف (١٩٨٠). ***اللغة الإعلامية***. القاهرة، المركز الثقافى الجامعى.

(٥) جمعة يوسف (١٩٩٠). **سيكولوچية اللغة والمرض العقلى**. الكويت، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٤٥.

(٦) بركات عبد العزيز (٢٠٠٠). ***اتجاهات حديثة فى إنتاج البرامج***. القاهرة، دار الكتاب الحديث.

(٧) ميشال زكريا (١٩٨٣). ***الألسنية (علم اللغة الحديث) المبادئ والإعلام***، بيروت، الحمراء، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.



الوحدة الثانية

اللغة الإعلامية: المفهوم والخصائص العامة

الأهداف السلوكية :

بعد دراسة الدارس لموضوع الوحدة، يجب أن يكون قادراً على أن :

١- يشرح طبيعة اللغة الإعلامية.

٢- يذكر بعض التعريفات المقدمة للغة الإعلامية.

٣- يحدد موقع لغة الإعلام على الخريطة اللغوية.

٤- يبين الخصائص العامة للغة الإعلامية.

العناصر :

- مفهوم اللغة الإعلامية .
- لغة الإعلام على الخريطة اللغوية.
- الخصائص العامة للغة الإعلام.

الوحدة الثانية

اللغة الإعلامية: المفهوم والخصائص العامة

مقدمة :

لم يكن الشيخ إبراهيم اليازجى يدرى أنه بصدد التمهيد لمنظور بحثى شامل عندما أخرج فى عام ١٩٠٤ كتابه الرائد "لغة الجرائد" محاولاً إلقاء الضوء على الأساليب والتراكيب التى كانت تستخدمها الجرائد فى عصره، ولم تكن محاولة الشيخ عبد القادر المغربى بعد ثلاثين عاماً تقريباً من محاولة اليازجى والتى تضمنها كتابه "تعريب الأساليب" (١٩٣٤) إلا محاولة لترسيخ أصول هذا المنظور.

والمؤكد أن هذين الشيخين قد وجدا اختلافاً بين اللغة المستخدمة فى الكتابات الصحفية حينذاك وبين اللغة بمفهومها المعيارى، وأن هذا الاختلاف من الوضوح بحيث يصلح لأن يكون معياراً لتمييز لون جديد من اللغة "اللغة الصحفية"، بل لقد ذهب البعض إلى أن وسائل الإعلام بصفة عامة والصحافة بصفة خاصة كان لها دور فى تجديد اللغة العربية، ومن هؤلاء عضو مجمع اللغة العربية عبد الله كنون الذى ألّف كتاباً عنوانه "الصحافة وتجديد اللغة": أشار فيه إلى أن أكبر تطور عرفته لغتنا العربية فى عصرنا الحاضر كان على يد الصحفيين، ومحررى الصحف، وهذا التجديد فى اللغة الذى نجده فى عمل الصحافة، كما يشير إلى ذلك كنون، هو تطوير لها باحتضان ما جدَّ من المعانى والأفكار، من غير تبديل ولا تغيير فى القواعد والأحكام.. وتلك هى البراعة فى الأداء والمقدرة فى التعبير اللتان أوجدتهما الصحافة ولغة الصحفيين.

وإذا كان هذا هو الحال مع الصحافة، أقدم وسائل الإعلام، فإنه لا يختلف كثيراً فى وسائل الإعلام الأخرى، لاسيما الراديو والتليفزيون فقد استطاعا عبر سبعين عاماً من عمر الراديو الرسمى فى مصر على سبيل المثال، وخمسين عاماً إلا

قليلاً من عمر التليفزيون أن يخلقا مفردات وكلمات خاصة بهما لم تكن موجودة قبلهما، الأمر نفسه ينطبق على الإنترنت حالياً، فمن يقرأ لغة الرسائل الإليكترونية E. Mails يدرك على الفور أن هناك لغة جديدة خلقتها الوسيلة الجديدة تختلف عن لغة الرسائل العادية ومفرداتها.

والتفسير ببساطة شديدة، كما يذهب د. محمود خليل ود. محمد منصور، أن القاسم المشترك بين وسائل الإعلام جميعاً، مع التفاوت الطبيعى، هو اللغة، فكل وسيلة إعلام تسعى جاهدة إلى استخدام اللغة الأكثر ملاءمة، والأكثر مصداقية، لدى جمهورها، وهى حين تستعين بمعطيات تكنولوچية أخرى فإنها تستهدف، فى المقام الأول والأخير، إحداث تأثيرها باللغة المستخدمة فى الجمهور المتلقى، ذلك أن اللغة تشكل عقول الجمهور، وتصوغ رؤيته التى يفسر بها واقعه ويستوعبه، ويتكيف معه ويوجه سلوكه فى التعامل مع هذا الواقع.

وربما جاز فى هذا الإطار، والحديث للمؤلفين نفسيهما، التأكيد على أن هناك علاقة وثيقة بين الإعلام واللغة، وإن كان ينبغى ألا ننظر إلى اللغة باعتبارها فقط وعاء الفكر وأداة التواصل بل هى، أيضاً، التى تشكل رؤيتنا وسلوكنا، وعليها يتوقف أداؤنا الاجتماعى الشامل.

مفهوم اللغة الإعلامية:

على الرغم من شيوع مصطلح اللغة الإعلامية وتداوله فى كثير من الكتب والدراسات فإنه لا يوجد تعريف محدد أو معين لهذا المصطلح، إذ إن كل الكتب والدراسات تجنح لتوصيف هذه اللغة أكثر مما تجنح لتعريفها، وتميل إلى ذكر خصائصها وسماتها أكثر مما تميل إلى ذكر عناصرها ومحددات اختلافها وتميزها، ومن ذلك ما ذهب إليه البعض من أن اللغة الإعلامية هى "اللغة التى تشيع على أوسع نطاق، فى محيط الجمهور العام، وهى قاسم مشترك أعظم فى كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم البحتة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب.. ذلك لأن مادة الإعلام، فى التعبير عن المجتمع والبيئة، تستمد عناصرها

من كل فن وعلم ومعرفة".

ويذهب الدكتور عبد العزيز شرف (١٩٨٥) إلى أن "لغة الإعلام هى لغة الحضارة... وقد كان طبيعياً أن يسعى الإعلام للإفادة من مزايا اللغة العربية حضارياً، ويحقق التحول العظيم بتضييق المسافة بين لغة الخطاب ولغة الكتابة، ويفتح الطريق أمام اللغة الفصحى لتتسرب فى كل مكان، وليكون لها فى التعبير الإعلامى سلطان. واللغة هى وسيلة الإعلام أو المنهج الذى تنقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل، فاللغة اللسانية والإشارات، والصور، والسينما كلها وسائل لنقل الرسالة".

ويذهب الدكتور عبد العزيز شرف كذلك إلى أن "الكلمات، فى وسائل الإعلام، لها صورتان من الوجود: وجود بالقوة ووجود بالفعل. فكل كلمة تسمع أو تنطق تترك فى أثرها مجموعة من الانطباعات فى ذهن كل من المتكلم والسامع، يشترك الأول بطريق إيجابى، وخاصة فى وسائل الإعلام، بوصفه بادئاً بالاتصال، والثانى بطريق سلبى، بوصفه مستقبلاً (بكسر الباء)، ويشكل المعنى المشكلة الجوهرية فى علم الإعلام اللغوى".

ويذهب الدكتور محمد سيد محمد (١٩٨٤) إلى أن "الحقل المشترك بين اللغة والإعلام فى العلاقة بين اللفظ والمعنى هو حقل الدلالة، فعلماء اللغة يعنون «بعلم الدلالات» وعلماء الإعلام يهتمون بالإطار المشترك بين مرسل الرسالة ومستقبلها حتى يتم الإعلام فى هذا الإطار المشترك ولا تسقط الرسالة خارجه. ويمثل اللفظ القاسم المشترك فى هذا الحقل، حقل الدلالة، بين اللغة والإعلام".

ويشترط الدكتور محمد سيد محمد لإتمام عملية الاتصال أن تكون الألفاظ مقننة، فالمستقبل يقنن الرسالة الإعلامية على أساس المقياس الذى يعرفه من اللغة، وعلى ذلك فإن قيمة اللغة ليست فيما تنقله وسائل الإعلام المختلفة ، وإنما قيمتها فى تملك المرسل لناصيتها. اللغة إذن فى ذاتها ليست وسيلة اتصال (إعلام) وإنما يمكننا القول بأن اللغة تؤدى وظيفة اتصالية، أو بمعنى آخر إن الاتصال وظيفة من

وظائف اللغة. ويجلى بعض الباحثين موقع الاتصال بين وظائف اللغة فيقول: لقد كان الاتجاه السائد قديماً يؤكد أن اللغة وعاء الفكر وأن وظيفتها هى التعبير عن الفكر البشرى سواء كان متعلقاً بأمور عقلية محضة أم بالعواطف والأحاسيس والرغبات الإنسانية، أما المحدثون فكثير منهم يفضلون أن يقصروا وظيفة اللغة على الاتصال.

لغة الإعلام على الخريطة اللغوية:

لقد عرف النقاد العرب النثر بأنه الكلام المرسل من قيود الوزن والقافية، وهو تعريف مبسط ومباشر. وقسموا هذا النثر إلى ثلاثة أنواع وهى:

- النثر العادى.
- النثر العلمى.
- النثر الفنى.

ولكن ظهور الصحافة العربية فى القرن التاسع عشر الميلادى دفع بعض أساتذة الصحافة والأدب إلى إضافة نوع رابع من أنواع النثر، أسموه النثر العملى، أى النثر الصحفى، وقالوا إن هذا النثر يقف فى منتصف الطريق بين النثر الفنى، أى لغة الأدب، والنثر العادى، أى لغة التخاطب اليومى.

هذا هو البعد التاريخى لنشأة لغة الصحافة فى عالمنا العربى المعاصر، ولكن هل لغة الإذاعة (راديو وتليفزيون) هى لغة الصحافة أم أنها النثر العادى: أى لغة التخاطب العادية؟

يرى الدكتور محمد سيد محمد أن الإجابة عن هذا السؤال غير دقيقة، فبرامج الإذاعة متفاوتة لغوياً ومحطات الإذاعة (راديو وتليفزيون) متفاوتة فى المستوى الثقافى تفاوتاً كبيراً، ولكن الذى لا شك فيه أن لغة الإذاعة تنتمى إلى اللغة المنطوقة بينما تنتمى لغة الصحافة إلى اللغة المكتوبة.

ويفرق فندريس بين اللغة المكتوبة واللغة المتكلِّمة، فيصف جمل الأولى بأنها

منسقة بما فيها من جمل تابعة وحروف وصل وأسماء موصولة وبما تحتوى عليه من أدوات وأقسام، ويقول بأن العناصر التى تسعى اللغة المكتوبة إلى أن تسلكها هى "كلٌ متماسك" تبدو فى اللغة المتكلمة منفصلة ومنفصمة ومقطعة الأوصال. ويرى أن الترتيب فى اللغة المتكلمة يختلف عنه فى اللغة المكتوبة كل الاختلاف، إذ ليس هناك ذلك الترتيب المنطقى الذى يمليه النحو الجارى، بل ترتيب له منطقه، ولكنه منطق انفعالى قبل كل شىء، فيه ترص الأفكار لا وفقاً لقواعد الموضوعية التى يفرضها التفكير المتصل، بل وفقاً للأهمية الذاتية التى يخلعها عليها المتكلم أو التى يريد أن يوحى بها إلى سامعه.

ويحذر فندريس من الخلط بين ما نسميه اللغة المكتوبة وما نسميه اللغة الأدبية، فقد تجتمع التسميتان فى لغة واحدة، وقد تتعارضان. اللغة المكتوبة فى غالب الأمر عبارة عن اللغة المشتركة، أما اللغات الأدبية فتتميز عن اللغة المشتركة فى غالب الأحيان، لأن رجال الأدب فى كثير من الأقطار، من شعراء وقصاص يكونون طبقة منعزلة لها تقاليدها وعوائدها وامتيازاتها.

ويرى الدكتور محمد سيد محمد أن لغة الإعلام ليست اللغة الخاصة، واللغة الخاصة عند علماء اللغة هى تلك اللغة التى لا تستعملها إلا جماعات من الأفراد وجدوا فى ظروف خاصة مثل اللغة القانونية فى حيثيات أحكام القضاة، ومثل استخدام الكاثوليك فى الطقوس الدينية للغة اللاتينية، ثم اللغات العامية الخاصة.

وعندما نؤكد أن لغة الإعلام ليست اللغة الخاصة نستند إلى واقع لا مراء فيه، وهو أن الإعلام يعالج كافة الزوايا القانونية والدينية والاجتماعية وغيرها، ولكن بلغته هو أى بلغة الإعلام.

وإذا كان البحث يبين لنا أن لغة الصحافة غير لغة الإذاعة (راديو وتليفزيون) وأن لغة الإعلام ليست هى لغة الأدب ، فينبغى أن ندرك أن ذلك من باب التصنيف العلمى، وأن الحواجز ليست قائمة بين هذه التقسيمات اللغوية، وإنما هى حدود للاسترشاد وللبحث.

أهم الخصائص العامة للغة الإعلام:

بغض النظر عن طبيعة كل وسيلة من وسائل الإعلام وخصوصيتها ، وحاجتها إلى لغة خاصة بها متلائمة معها ، فإن هناك عدة خصائص عامة يجب توافرها فى اللغة الإعلامية، يمكن أن نختار أهمها على النحو التالى:

١- الوضوح:

وتعتبر هذه السمة هى أبرز سمات لغة الإعلام وأكثرها بروزاً، ويرجع ذلك إلى طبيعة وسائل الإعلام من ناحية وإلى خصائص جمهورها من ناحية أخرى، فإذا كانت الكلمات غير واضحة فى الراديو فقد المستمع المضمون المقدم ولم يستطع استرجاعه للتأكد منه أو للاستفهام عما غمض منه، وجمهور وسائل الإعلام هم فئات متنوعة، ويميلون إلى العجلة فى تعرضهم للوسائل، وليست لديهم الرغبة من ناحية والوقت من ناحية أخرى للتركيز فى المضمون المقدم، ولذا يجب أن تكون الكلمات والجمل والمعانى واضحة كل الوضوح حتى تحقق أهدافها.

٢- المعاصرة:

ويقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتراكيب والتعبيرات اللغوية متماشية مع روح العصر، ومتسقة مع إيقاعه، فالجمل الطويلة، والكلمات المعجمية، والجمل المركبة قد لا تكون مناسبة للغة الإعلامية إلا فى موضوعات معينة وفى حالات محددة.

٣- الملاءمة:

ويقصد بها أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى، فلغة الراديو هى لغة ذات طابع وصفى وهى لغة تتوجه إلى حاسة السمع، ولذا يجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة، ولغة الصحافة تستهدف فئات اجتماعية وتعليمية واقتصادية معينة وتتوجه إلى حاسة البصر، فيجب أن تكون ملائمة أيضاً، وهكذا.

٤- الجاذبية:

ويقصد بها أن تكون الكلمة قادرة على الحكى والشرح والوصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة، فلا وجود لجمهور يتوق إلى الاستماع أو المشاهدة أو القراءة لمضمون جاف خالٍ من عوامل الجاذبية والتشويق.

٥- الاختصار:

وتنبع هذه الخصيصة من طبيعة الوسيلة المحدودة من ناحية وطبيعة الجمهور غير القادر على الاستمرار فى المتابعة طويلاً من ناحية أخرى، فمهما كان حجم الصحيفة كبيراً فإنها محدودة فى صفحاتها والمطلوب كتابته أكبر من عدد ورقاتها، ومهما كان وقت البرنامج كبيراً فالموضوعات أكبر منه، ولذلك فلابدَّ من الاختصار ولابدَّ أن تكون اللغة قادرة على الاختصار والإيجاز ومساعدة عليه.

٦- المرونة:

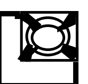
ويقصد بها أن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة ودون تعسف، ويقصد بها أن تكون متعددة المستويات بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية.

٧- الاتساع :

ويقصد به أن يكون عدد المفردات كبيراً بحيث تلبى الاحتياجات المختلفة، واللغة الإعلامية متسعة وتتسع بشكل يومى، وقد يكون للاتصال مع الثقافات الخارجية وضرورة الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات أثره فى زيادة حجم اللغة الإعلامية وفى اتساعها.

٨- القابلية للتطور:

وهى سمة ملازمة للغة الإعلامية، فلغة الإذاعة فى الثلاثينيات غير مثيلتها فى الخمسينيات والستينيات، وهذه بدورها تختلف عن مثيلتها فى السبعينيات وحتى التسعينيات، ولغة وسائل الإعلام فى السنوات الأخيرة مختلفة عما سبقها، صحيح أن بها عناصر ضعف ولكنها أصبحت أكثر قدرة على التعبير، وأكثر قدرة على الجذب.



ملخص الوحدة الثانية

- تناولت الوحدة العلاقة الوثيقة بين الإعلام واللغة .
- واللغة الإعلامية هى "اللغة التى تشيع على أوسع نطاق، فى محيط الجمهور العام، وهى قاسم مشترك أعظم فى كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم البحتة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب.. ذلك لأن مادة الإعلام، فى التعبير عن المجتمع والبيئة، تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة".
- ومن ثم تعتبر لغة الإعلام هى لغة الحضارة، وقد كان طبيعياً أن يسعى الإعلام للإفادة من مزايا اللغة العربية حضارياً.
- وقد ذهب المتخصصون إلى أن الحقل المشترك بين اللغة والإعلام فى العلاقة بين اللفظ والمعنى هو حقل الدلالة. فعلماء اللغة يعنون بعلم الدلالات، بينما يهتم علماء الإعلام بعملية الاتصال حتى يتم الإعلام .
- واللغة فى ذاتها ليست وسيلة اتصال وإنما اللغة تؤدى وظيفة اتصالية، فالاتصال وظيفة من وظائف اللغة.
- يفرق فندريس بين اللغة المكتوبة واللغة المتكلمة، فيصف جمل الأولى بأنها منسقة بما فيها من جمل تابعة وحروف وصل وأسماء موصولة وبما تحتوى عليه من أدوات وأقسام، ويقول بأن العناصر التى تسعى اللغة المكتوبة إلى أن تسلكها فى "كلٍّ متماسك" تبدو فى اللغة المتكلمة منفصلة ومنفصمة ومقطعة الأوصال.
- ولغة الإعلام ليست اللغة الخاصة، فالإعلام يعالج كافة الزوايا القانونية والدينية والاجتماعية وغير ذلك، ولكن بلغته هو أى بلغة الإعلام . وتتميز لغة الإعلام، بصفة عامة، بالوضوح والمعاصرة والملاءمة والجاذبية والاختصار والمرونة، والاتساع، وأخيراً قابليتها للتطور .

أسئلة على الوحدة الثانية ؟

س١: اذكر بعض التعريفات التى قدمها الباحثون لمفهوم اللغة الإعلامية.

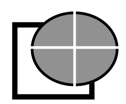
س٢: اذكر أهم الخصائص العامة للغة الإعلامية.

س٣: حدد موقع لغة الإعلام على الخريطة اللغوية.

س٤: فرِّق بين خصائص اللغة المكتوبة واللغة المنطوقة كما يراها فندريس.

مراجع الوحدة الثانية

- محمد سيد محمد (١٩٨٤): ***الإعلام واللغة***، القاهرة، عالم الكتب.
- عبد العزيز شرف (١٩٩٩): ***لغة الحضارة وتحديات المستقبل***، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- محمود خليل، محمد منصور هيبة (٢٠٠٢): ***إنتاج اللغة الإعلامية فى النصوص الإعلامية***. القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- عبد العزيز شرف (١٩٩٩): ***وسائل الإعلام ومشكلة الثقافة***. القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- عبد العزيز شرف (٢٠٠٠): ***المدخل إلى وسائل الإعلام***، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- محمد حسن عبد العزيز (٢٠٠٢): ***لغة الصحافة المعاصرة***، القاهرة، دار الفكر العربى.



الوحدة الثالثة

أسلوب الكتابة الإذاعية ومؤهلات الكاتب

الأهداف السلوكية :

بعد دراسة الدارس لموضوع الوحدة، يجب أن يكون قادراً على أن:

١- يحدد الخصائص التى يجب توافرها فى الأسلوب الإذاعى.

٢- يبين الشروط التى يجب توافرها فى النص الإذاعى.

٣- يفرق بين أنواع ومسميات الكتَّاب الإذاعيين.

٤- يذكر الخصائص التى يجب أن يتمتع بها الكاتب الإذاعى.

العناصر :

- المقدمة.
- الأسلوب الإذاعى وخصائص النص.
- الشروط التى يجب توافرها للنص الإذاعى.
- أنواع الكتَّاب الإذاعيين.
- شروط نجاح الكاتب الإذاعى.

الوحدة الثالثة

أسلوب الكتابة الإذاعية ومؤهلات الكاتب

مقدمة:

إذا كانت اللغة الإعلامية، بصفة عامة، يجب أن تتسم بالوضوح والسهولة والجاذبية والتشويق لكى تحقق أهدافها الاتصالية والإقناعية، فإن هذه الخصائص تبدو أكثر ضرورة فى لغة الراديو والتليفزيون، خاصة فى ضوء الاختلافات الجوهرية بين الراديو والتليفزيون من ناحية وبقية الوسائل الاتصالية، لاسيما الصحافة، من ناحية أخرى، سواء فى بنية الوسيلة ذاتها أو طبيعة الجمهور المستهدف للوسيلة.

فإذا كان من الممكن إعادة قراءة الصحيفة مرات متعددة، وكذلك منشورات العلاقات العامة وبياناتها، فإن استرجاع المادة الإذاعية والتليفزيونية غير ممكن، كذلك فإن جمهور الراديو والتليفزيون يشمل فئات عريضة متباينة فى درجات التعليم والمستوى الاقتصادى والمكانة الاجتماعية، وإن كانت الغالبية تقع بالقرب من أسفل السلم الاجتماعى.

والمطلوب ممن يكتب للراديو والتليفزيون أن يكتب بلغة تجمع هذا الشتات المتباين، وأن تتناسب مع مستوى متوسط من الإدراك والوعى، وتكون قادرة فى الوقت نفسه على اجتذاب أكبر عدد من الأفراد، وهو ما يجعل من هذه المهمة مهمة صعبة لكثير من الكتاب، ما لم يكن لديهم استعداد وموهبة كبيران.

ولقد قدم الدكتور كرم شلبى (١٩٨٧) محاولة جيدة للإحاطة بخصائص النص الإذاعى، والمؤهلات الواجب توافرها فى كاتبه، ويمكن عرض أهم ملامح هذه المحاولة على النحو التالى:

أولاً- الأسلوب الإذاعى وخصائص النص:

إن الكتابة للإذاعة - تستهدف بالدرجة الأولى - نقل الأفكار والآراء والمعلومات وإيصالها إلى المتلقى بأقصى قدر من اليسر والسهولة والسرعة والجاذبية والتشويق والإقناع.

ولذلك يوصى الخبراء والمختصون بضرورة أن تتوافر فى النص المكتوب خصائص الوضوح والحيوية والتنوع والإيجاز لكى يستحوذ على اهتمام الجمهور، ويؤدى التأثير المطلوب بأكثر قدر من الفعالية فى أقصر وقت ممكن، ولا شك أن ذلك أمر ضرورى يتفق مع طبيعة الإذاعة وخصائصها، وطبيعة جمهورها وخصائصه.

ويلخص الخبراء خصائص أو طبيعة الأسلوب الإذاعى فى كلمات وجيزة وطريفة، فيقولون بأنه: «الأسلوب الذى يصلح أن نخاطب به جدة فى التسعين من عمرها لا تسمع جيدا » (ومن ثم تحتاج إلى وضوح وسرعة فى الأداء)، ونخاطب به طفلاً لا يتجاوز عمره الرابعة عشر (ويحتاج إلى اختيار ألفاظ معينة تتفق مع هذا العمر)، ونخاطب به رجلاً ناضجاً (من حيث الأفكار)؛أى أن الأسلوب الإذاعى على هذا النحو يجب أن تتوافر له صفات محددة عند كتابته، وهى: الاختصار والوضوح وسلامة اللغة، ويضاف إلى هذه الصفات صفة رابعة عند تنفيذه منطوقاً، وهى الصفة التى تتعلق بالمسحة الذاتية والشخصية، لأن المؤثرات التى يضفيها الصوت البشرى على الكلمات عندما تؤدى بشكل معين يعبر عن حرارة الصدق والتفاعل.

أما بالنسبة للاختصار.. فالمقصود به استخدام الجمل القصيرة التى تؤدى رسالتها التبليغية للمستمع لكى يستوعب المعنى المقصود فى يسر وسهولة ، ويدخل فى هذا النطاق تجنب التكرار وتجنب استخدام الجمل الطويلة والمعانى المتشعبة التى تشتت ذهن المستمع وتباعد بينه وبين المعنى أو الهدف المقصود؛ وقد كشفت العديد من الدراسات والبحوث التى أجريت حول هذا الموضوع ضرورة

صياغة الجملة المنطوقة فى عدد محدد من الكلمات يستغرق إلقاؤها مدة زمنية محددة، وذلك لأن طول الجملة وصعوبتها يرتبط ارتباطاً وثيقاً بعدم التركيز وعدم القدرة على الفهم والاستيعاب. ولا شك أن عامل أو صفة «الوضوح» ترتبط ارتباطاً وثيقاً بهذا العامل المتقدم من حيث استخدام الكلمات والجمل والعبارات، وإن كان له جانبه الآخر الذى يرتبط بالنطق والأداء والابتعاد عن استخدام الكلمات المهجورة فى اللغة، وتجنب استخدام المصطلحات الفنية والمهنية التى يعرفها أو يفهمها المتخصصون وحدهم.

إن طبيعة الإذاعة، واعتمادها على الكلمة التى تقدم «منطوقة» أو «مسموعة»، حتمت على الكاتب أن يعتمد أسلوباً خاصاً فى الكتابة، هو أسلوب «الحديث» أو «المخاطبة» أو «التحدث»، وليس أسلوب الكتابة (أى الذى يستخدم للوسائل المطبوعة)، ومعنى ذلك أنه على الكاتب أن يتجنب التركيبات اللغوية المعقدة، أو الأساليب الأدبية. ويرى الخبراء والمختصون أن أهم ما يساعد الكاتب على تحقيق ذلك، هو أن «يهمس» لنفسه بالجملة، قبل أن يكتبها، ثم أن يقرأ العبارة أو الصفحة بعد الانتهاء من كتابتها. وذلك لأن ترديد الجملة قبل الكتابة يساعد- ولا شك -على استخدام المفردات التى نتحدث بها. كما أن قراءتها بصوت عالٍ يهيئ للكاتب أن يتابع بسمعه ما يكتبه، ولا يقتصر الأمر على مجرد «رؤية» الحروف فقط.

وإذا لم تنجح هذه الطريقة فى معاونة الكاتب على استخدام لغة «المخاطبة»، والتخلص من جرس الكلام المكتوب، فلا بأس من أن يجرب أن يقرأ الجملة ويتأمل فكرتها الأساسية، ويقولها لشخص ما (أى يذكر المعنى الذى تدور حوله الجملة وليست الجملة نفسها) ثم يعيد كتابتها بالطريقة التى تحدث أو «نطق» بها.

وثمة طريقة أخرى قد تعين الكاتب كثيراً فى هذا الصدد، وهى أن «ينسى» كل شىء عن الراديو والميكروفون والجمهور – عندما يجلس للكتابة – وأن يتذكر

فقط أنه «يتحدث» إلى صديق أو شخص يعرفه جيداً، وسوف يجد نفسه فى هذه الحالة يكتب بطريقة متدفقة سهلة، مستخدماً كلمات يغلب عليها طابع الألفة والمودة والبساطة وعدم التكلف. ولا شك أن ذلك يتفق إلى حدٍّ كبير مع القائلين بأن «الأسلوب» فى الإذاعة يعنى «شخصية الإذاعى»، وهو ما يقابل البلاغة فى الكتابة، حيث بناء الجملة واختيار الألفاظ، يضاف إليها نبرات الصوت وطريقة الأداء.

وإذا كانت سلامة اللغة تعد شرطاً أساسياً لصياغة أى نص إذاعى، فإن هذا الموضوع بالذات يثير سؤالاً لا مفر من مواجهته، وهو: أى لهجة هى التى يجب أن يسود استخدامها: الفصحى أم العامية؟ وهنا يرى البعض أن اصطناع الفصحى فى الإذاعة يطرد المستمعين الأميين ولا يرضى تماماً أنصاف المتعلمين، ومن ثم تبلور الوضع إلى اصطناع لغة إذاعية أقرب للفصحى منها إلى العامية على أساس أن تستخدم فى الإذاعة لغة المشافهة الراقية، أو ما يسمى - لغة المشافهة - وهى لغة عربية سليمة وإن طُعمت بما يستخدم فى لغة التخاطب من مصطلحات لفظية لها أصل عربى فصيح. ولقد وضعت الإذاعات العربية لنفسها قاموسا على أساس اللغة الفصحى التى يفهمها الجميع وإن تخففت من الإعراب أو تخلت عنه جزئياً، على أن هذه الإذاعات حرصت على استخدام الفصحى المعربة فى مواد بعينها مثل الأخبار والأحاديث المكتوبة، والمهم أن تتناسب اللغة المستعملة مع الموضوع.

الشروط التى يجب توافرها للنص الإذاعى :

تختلف أشكال النصوص الإذاعية وتتعدد، وفقاً لنوع وطبيعة المادة التى تعرضها والشكل أو القالب الذى تعرض فيه، فقد يكون البرنامج درامياً يقوم على تجسيد الأحداث والشخصيات فى شكل تمثيلى، وقد يعتمد على السرد أو التعليق أو الحوار بين شخصين أو بين شخص ومجموعة أشخاص، أو مجموعة من المحاورين يشتركون فى مناقشة موضوع أو قضية، كما يمكن أن يأخذ البرنامج شكل السؤال

والجواب، أو المسابقات أو العروض والاستعراضات الغنائية، أو شكل المجلة أو الريبورتاج، كما قد يجمع برنامج واحد بين عدد من الأشكال والفنون الإذاعية فى قالب واحد.

ويقسم البعض النصوص الإذاعية إلى قسمين رئيسيين هما: النصوص الكاملة، والنصوص غير الكاملة. أما النص الكامل فهو النص الذى يعتمد على المؤلف أو الكاتب اعتماداً كلياً، بحيث يكتبه كاملاً ولا يكون هناك مجال أمام المذيع أو المخرج أو الممثل فى الحذف أو الإضافة أو التصرف. ومن ذلك نصوص التمثيليات أو التعليقات والأحاديث وما إلى ذلك. أما النصوص غير الكاملة فهى التى تكتب «جزئياً» ويبقى النص «مفتوحاً» لتصرف المذيع أو مقدم البرنامج على ضوء النقاط والخطوط الرئيسية للبرنامج. ومن ذلك برامج المقابلات والندوات وما إلى ذلك، حيث يكتفى الكاتب بتحديد النقاط الرئيسية للموضوع ويترك لمقدم البرنامج حرية الانطلاق والتصرف على ضوء ما يجد أثناء تنفيذ البرنامج. وبالرغم من اختلاف أشكال النصوص الإذاعية وأنواعها، إلا أن هناك ما يمكن أن يطلق عليه خصائص النص الإذاعى وصفاته وهى أشبه بمجموعة من الأساسيات والقواعد العامة، أو الشروط التى ينبغى توافرها فى النص، ويمكن تفصيلها على النحو الآتى:

١- تحديد الهدف وتعيين الجمهور:

إن هدف النص أو الغرض منه، يعد هو المنطلق الأول لتحديد الأثر الذى يريد الكاتب أن يحققه فى جمهور معين أو جمهور عام. وهذا يتطلب من الكاتب أن يحدد بدقة من هو الجمهور المستهدف الذى يتوجه إليه بالكتابة، وما الذى يريده لهم أو يريده منهم، فقد يكون الجمهور المستهدف هم النساء أو الأطفال أو العمال أو الشباب، كما قد يكون جمهوراً عاماً. أما بالنسبة لهدف الكاتب أو ما يريده من هذا الجمهور،فقد يكون الهدف هو الترفيه أو إثارة الاهتمام والإغراء بشراء سلعة، كما قد يكون الهدف هو التوجيه أو الإرشاد... إلخ. وفى كثير من الأحيان يتحكم

الجمهور الذى نسعى للوصول إليه فى تحديد مواصفات البرنامج أو المسلسل، ويفرض علينا شكل هذا البرنامج ووقته وأسلوبه ومادته؛ وهذا ما يحدث بالنسبة للبرامج الإعلانية Advertising بالذات، ففى بعض الحالات نجد أن طبيعة ونوع السلعة المراد الإعلان عنها تحتاج لأن نتوجه إلى المستهلك الفعلى أو الأصلى (ربة البيت - المرأة العاملة - الأمهات - زوجات العمال - الأطباء - طلبة الجامعة... إلخ)، وعلى هذا النحو يتوجه البرنامج لإثارة الاهتمامات المتوقعة والمرغوبة لجمهور معين من المستمعين أو المشاهدين الذين كتب البرنامج من أجلهم. ومن ثم لابد وأن يخضع البرنامج فى شكله وأسلوبه ومدة عرضه وطبيعة مادته لنوع الجمهور الذى نتوجه إليه والهدف الذى نسعى لتحقيقه.

وعلى ذلك يكون على الكاتب أن يتمثل الغرض الذى من أجله يكتب، لأن تحديد هدفه، هو الذى يحدد له المعلومات المطلوبة وأفضل الأساليب للعرض والتناول والتأثير العقلى والعاطفى.

وقد انتهت كثير من الدراسات والبحوث التى حاولت التعرف على جمهور الراديو والتليفزيون، إلى الكشف عن العديد من مواصفات هذا الجمهور، على النحو التالى:

١- شخص متوسط.

٢- قد يكون أميّاً ،وقد يكون عالماً.

٣- مجهول، وغير معروف للقائم بالاتصال.

٤- غير متجانس مع الآخرين.

٥- ليس مضطراً للاستماع أو المشاهدة، ولم يتكلف مجهوداً أو أجر مقعد فى دار للعرض (ومن ثم يحتاج إلى إثارة اهتمامه بمهارة لكىّ يستمر فى التعرض).

٦- له اهتمامات خاصة، وله اهتمامات عامة يشترك فيها مع الآخرين.

٧- يريد أن نقدم له شيئاً يفهمه ويفيده ويمتعه.

٨- لا يعرض نفسه للاستماع، إلا إذا كانت المادة المذاعة تتفق ومستوى إدراكه.

٩- له ذكاؤه وقدراته، ولا يقبل أن يستخف بعقله أو بذوقه.

١٠- يحكم على العمل بنفسه، ولا يتأثر حكمه برأى من حوله (كما هو الحال بالنسبة لجمهور السينما أو المسرح).

١١- لا يتأثر بالشهرة، ولا يحفل بالصيت.

١٢- فى البرامج غير الدرامية؛ ينصب اهتمامه على مضمون البرنامج، والمشاركين فيه.

١٣- يتلقى الرسائل الإعلامية وهو فى حالة من الاسترخاء التى يتسم بها الطابع الأسرى عادة. ويختلف فى ذلك عن المشاهد فى السينما والمسرح الذى ينتقل لمشاهدة العرض خارج منزله باذلاً فى ذلك جهداً ومالاً، فضلاً عن جلوسه وسط أشخاص لا يعرفهم وفى مكان عام يفرض عليه قيوداً وضوابط محددة.

ولا شك أن هذا «الجهد» الذى يبذله مشاهد السينما والمسرح مقابل التعرض (مشاهدة العرض) يجعله يتردد كثيراً فى مغادرة القاعة عندما لا يعجبه العرض، على عكس مشاهد التليفزيون الذى يمكنه الانصراف إلى أى شىء آخر على الفور.

١٤- جمهور خليط من الأطفال والنساء والرجال وفى شتى مراحل العمر، يمتهنون أعمالاً شتى، وتختلف أفكارهم وآراؤهم وقد تختلف عقائدهم أيضاً، وكذلك فإن من بينهم من يعانى أمراضاً أو عاهات. ومن هنا يكون على الكاتب أن يراعى ذلك، وأن ينأى عن كل ما يسىء إلى هؤلاء أو

يحقر أعمالهم (ما دامت مشروعة) أو يسخر من عاهاتهم أو أفكارهم... إلخ.

١٥- إن جمهور المسرح أو السينما يتوجه للمشاهدة وهو مدفوع إلى ذلك باهتمام معين، قد يكون اهتماماً سياسياً أو فكرياً أو فنياً. وهذا الاهتمام المشترك هو السمة أو العامل الذى يجمع بين الجمهور الذى يحضر العرض، أما بالنسبة لجمهور الراديو والتليفزيون فإنه يتوزع بين عواطف وآراء وأفكار مختلفة، الأمر الذى يجعله متنوعاً إلى أقصى درجات التنوع.

١٦- إن مشاهد التليفزيون يلجأ عادة إلى استخدام العقل ومحاولة النقد نظراً لأنه يتلقى الرسائل منفرداً أو وسط جماعة صغيرة، بينما يخضع جمهور المسرح والسينما لما يسمى بنفسية الجماهير، وهى تختلف بالقطع عن نفسية الجماعات الصغيرة، ومن ثم تختلف أساليب الاستهواء والإقناع لكل منهما.

١٧- إن مستمع الراديو يمكنه متابعة المواد والبرامج والاستمتاع بها إلى جانب قيامه بعمل آخر (قيادة السيارة - الأعمال المنزلية... إلخ)، أما برامج التليفزيون فإنها تحتاج إلى تركيز من المشاهد كما تحتاج إلى تواجده أمام الشاشة، ومن ثم فإن البرنامج التليفزيونى الذى يجذب الأذن أكثر من العين، لا يمكن أن يحقق للمشاهد متعة تذكر، فضلاً عن أنه يساعد على تشتيت أفكاره.

١٨- إن جمهور المنازل، وأثناء استقباله للمادة الإذاعية يشعر بأنه قريب من جهاز حميم يضعه فى غرفة جلوسه أو غرفة نومه، ومن ثم يتوقع أن تعرض عليه الأمور الحقيقية بصدق وأمانة وواقعية، فضلاً عن حساسيته الفائقة النابعة من وجوده ضمن أفراد أسرته، والتى تتجلى فى رفضه لكل

ما يتخيل أنه يتنافى مع عاداته وتقاليده والأعراف السائدة أو المثاليات والقيم التى يريدها لنفسه ولأفراد أسرته.

٢- التشويق وإثارة الاهتمام:

القاعدة الأساسية أن يكون البرنامج مشوقاً أياً كان الموضوع الذى يعرضه أو يتناوله، سواء أكان سياسياً أم ترويحياً أم دعائياً... إلخ، وفى كل الحالات يكون للكلمة (ومعها الصورة فى حالة الإذاعة بالتليفزيون) أن تحكى وتشرح وتصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة، وبدون ذلك فإن البرنامج يفشل فى تحقيق هدفه، لأنه لا وجود لذلك المستمع أو المشاهد الذى يتوق إلى الاستماع أو مشاهدة برنامج جاف أو منفر، أو يتحمل متابعته.

وإذا كان البعض يوصى بضرورة أن يبدأ النص بإثارة الاهتمام على الفور ومنذ السطور أو (اللقطات) الأولى، ويلح على ذلك كثيراً، فإن ذلك لا يعنى أن يقتصر التشويق وإثارة الاهتمام على جزء أو أجزاء من النص دون سواها، بل يجب أن تتنوع مجالات إثارة الاهتمام وتتطور وقائع النص لتصل إلى ذروة الموقف.

والإثارة أو التشويق الذى نقصده فى هذا المجال، لا يعنى بأى حال من الأحوال أنه الإبهار الأجوف، أو العزف على وتر الغرائز واستنفارها مع افتقاد المضمون، فالذى لا شك فيه أن أى عمل فنى يفتقد المضمون أو لا يقوم برسالة، لا يكون جديراً بأن يسمى عملاً فنياً. وكما أن الجودة لا تعنى التعقيد، فإن السهولة أو البساطة لا تعنى السطحية أو الإسفاف أو إهمال القيم الجمالية والإبداعية والفنية. ولهذا فإن أكثر الأعمال إبداعياً هى تلك التى تتوخى عمق المضمون أو التجربة الإنسانية المعاشة، ويتم عرضها فى إطار من البساطة والسلاسة والفن الراقى والجمال المبدع، أما العمل الذى يستثير ولا يصف، فإنه لا يتجاوز المظهر المادى للتجربة، ولا يمكن أن يعكس التجربة أو يغوص إلى أعماقها.

٣- الخضوع لعامل الوقت:

تخضع برامج الإذاعة خضوعاً كاملاً لاعتبار الوقت، ليس لأن هذه البرامج ينبغى أن تقدم وتنتهى فى مواعيد ثابتة ومنتظمة فقط، ولكن لأن طبيعة ونوع كل برنامج يحتم أن يستغرق تقديمه وقتاً محدداً وسواء أكان البرنامج يومياً أم أسبوعياً أم شهرياً.. إلخ. فهناك البرامج التى تستغرق خمس دقائق، والبرامج التى تستغرق ربع الساعة أو الساعة الكاملة وفقاً لطبيعة البرنامج ونوعه والهدف منه، ووفقاً للسياسة التى تنتهجها المحطة.

ووفقاً لهذين الاعتبارين (الاعتبار المتعلق بضرورة تقديم البرامج وانتهائها فى مواعيد محددة، والاعتبار الذى يتعلق بأن طبيعة ونوع كل برنامج والغرض منه يحتم أن يقع البرنامج فى مدة زمنية محددة). فإن النص المكتوب للبرنامج لابدَّ وأن يخضع لهذين الاعتبارين بكل دقة بحيث يستغرق البرنامج الوقت المخصص له دون زيادة أو نقصان، إذ لا يجوز بأى حالٍ من الأحوال أن يتجاوز البرنامج الوقت المخصص له أو العكس. لأن هذا من شأنه أن يخل بانتظام وثبات مواعيد تقديم البرامج الأخرى ، ويؤثر بالتالى على علاقة المستمع أو المشاهد بالمحطة التى تبدو أمامه وكأنها خليط من المواد التى تقدم فى أى وقت، أو مثل الصحيفة التى لا يعرف أحد موعداً محدداً لصدورها!!

٤- الخضوع للذوق والآداب العامة :

وهذه الخاصية أو الاعتبار النابع من طبيعة الراديو والتليفزيون كوسيلتين تخاطبان الأسر، وتوجدان داخل المنزل، دفع الكثير من المحطات إلى وضع عدد من اللوائح والضوابط التى حددت ما يذاع وما لا يذاع وفقاً للاعتبارات الأخلاقية والأعراف السائدة والسياسة التى تنتهجها المحطة وتسير عليها.

وفى المحطات العربية بالذات، تؤكد مثل هذه اللوائح أو الضوابط على منع تقديم مواد الجنس والجريمة والمقامرة والعرى وتناول الخمور، أو المواد التى تتعرض للأديان بشكل محرف أو مضلل أو خاطئ (وقد وردت الإشارة إلى بعض جوانب

هذا الموضوع فى مجال الحديث عن طبيعة الجمهور وخواصه حيث ذكرنا أنه لا ينبغى عرض الأشياء الخيالية على أنها حقائق، كما لا ينبغى المساس بمشاعر الأقليات - أياً كان نوعها - أو أصحاب العاهات أو أية مهنة أو حرفة مهما كانت طبيعتها).

وبطبيعة الحال، فإن هذه الضوابط تختلف من بلد إلى آخر، حسب التقاليد والأعراف السائدة فى كل منها.

ثانياً- الكاتب الإذاعى :

من هو الكاتب الإذاعى:

قد يكون من الممكن الآن - وعلى ضوء ما سبق ذكره - أن نحدد من هو الكاتب الإذاعى، وما ينبغى أن يتوافر فيه من صفات أو اعتبارات أو شروط تؤهله للنجاح فى هذا العمل.

ويمكن تعريف الكاتب الإذاعى بأنه: الشخص الذى يتخصص فى كتابة مادة معينة تصلح لأن تقدم من خلال الراديو أو تعرض بواسطة التليفزيون.

ولما كان الشخص الذى يقوم بهذا العمل يتخصص عادة فى مجال واحد من مجالاته، كأن يتخصص فى تحرير الأخبار وكتابة التعليقات مثلاً، أو يتخصص فى كتابة النصوص الدرامية أو إعداد برامج المنوعات أو البرامج الكلامية، فقد تعددت - وفقاً لذلك - المسميات التى تطلق على الكاتب الإذاعى، فأصبح هناك المؤلف وكاتب السيناريو وكاتب الحوار والمحرر والمعد والمعلق، وقد يكون ضرورياً أن نتوقف قليلاً لنحدد طبيعة العمل الذى يقوم به كل من هؤلاء :

١- **الكاتب أو المؤلف** : وهى تسمية تطلق عادة على الأديب أو الفنان أو الصحفى الذى يكتب مادة إبداعية. فيكون هو المؤلف المبتكر للمادة والموضوع، ويندرج تحت هذه التسمية كُتأَّب القصص والروايات والأحاديث المختلفة.

٢- **كاتب السيناريو «السيناريست»**: وهو الذى يقوم بكتابة النص السينمائى

أو التليفزيونى، والذى يطلق عليه اسم «سيناريو» "Scenario" أى النص المرئى - أو مشروع البرنامج أو الفيلم أو التمثيلية، وهو نص يعد بطريقة خاصة بحيث يمكن ترجمته بواسطة الكاميرا إلى لقطات ومشاهد تحكى قصة أو موضوعاً. وعلى ذلك فإن كاتب السيناريو المحترف، هو الفنان المتخصص الذى يقوم بتهيئة المادة أو الموضوع لعرضه مرئياً على شاشة التليفزيون أو السينما، سواء كان الموضوع أو الرواية من تأليفه هو نفسه أو من تأليف شخص آخر، ذلك لأن كثيراً من الأعمال القصصية والروائية تكتب وتعد للنشر أصلاً بطريقة سردية للقراءة، ومن ثم ينبغى إعدادها بطريقة أخرى لكى تتحول إلى صور ومشاهد عند تقديمها على شاشة التليفزيون، وتلك هى مهمة كاتب السيناريو أو «السيناريست».

٣- **كاتب الحوار:** هو الشخص الذى يتولى إعداد وتهيئة القصة لتقديمها إذاعياً بحيث تتحول إلى مسامع صوتية فى الراديو، تشبه المشاهد المرئية فى التليفزيون، وتعبر هذه المسامع الصوتية فى التمثيلية الإذاعية بالراديو عن المواقف والأحداث وتكشف عن طبيعة الشخصيات وأبعادها النفسية.

وفى التمثيلية التليفزيونية يصبح الحوار هو الجانب المسموع المكمل للصورة، وفى كل الحالات، سواء فى التمثيلية الإذاعية بالراديو أو بالتليفزيون، فإن الحوار هو العبارات والألفاظ والجمل المنطوقة التى يتبادلها الممثلون والتى تكشف عن الأحداث والمواقف والمعانى التى تتضمنها القصة، وعن طبيعة الشخصيات المشاركة فيها.

وهنا تجدر الإشارة إلى أن كاتب الحوار قد يكون هو نفسه مؤلف القصة أو الرواية أو لا يكون، كما يمكن أن يكون هو الذى أعد السيناريو أيضاً (فى حالة الكتابة للتليفزيون) وقد يكون شخصاً آخر غيره. وعلى هذا، نجد أن المؤلف فى بعض الحالات يكون هو نفسه كاتب السيناريو وكاتب الحوار أيضاً، ويشار إلى ذلك

عند عرض النص على الشاشة فنقول: (قصة وسيناريو وحوار فلان). وقد يكون هناك الشخص الذى وضع السيناريو والحوار فنقول: (قصة فلان)، «سيناريو وحوار فلان». ولذا يمكن القول بأن السيناريو والحوار هما عملية إعداد ومعالجة فنية لنص من النصوص لكى يصبح ملائماً للعرض على شاشة التليفزيون، كما يمكن القول بأن الحوار فى التمثيلية الإذاعية هو المعالجة الفنية لنص سردى (قصة أو رواية) لكى يصبح ملائماً للعرض إذاعياً من خلال شخصيات تشارك فى الأحداث وتصنعها.

٤- **المعــد:** تطلق كلمة إعداد فى العمل الإذاعى عامة على المعالجة الفنية لنص من النصوص حتى يمكن تقديمه بالطريقة المناسبة التى تلائم خواص وطبيعة الراديو أو التليفزيون، ويدخل فى هذا النطاق كتابة الحوار أو السيناريو، إلا أن كلمة «الإعداد» هذه تطلق أحياناً على بعض الجوانب الفنية والترتيبات المختلفة لإنتاج برنامج معين، ومن ذلك برامج الحوار «المقابلات والندوات» مثلاً، حيث يقوم المعد باختيار الموضوع والأشخاص المشاركين، والاتصال بهم وإقناعهم بالمشاركة والاتفاق معهم على كافة الخطوات والترتيبات حتى الانتهاء من إنتاج البرنامج، وسواء كان مذيع أو مقدم البرنامج نفسه هو الذى يقوم بهذا العمل أو يقوم به شخص آخر، فإن هذه العمليات والترتيبات هى الإعداد، ومن يقوم بها هو «معد البرنامج» ، فنقول إنه برنامج «من إعداد فلان» أو «إعداد وتقديم فلان»... إلخ.

٥- **المحرر:** تطلق صفة «محرر» فى محطات الراديو والتليفزيون على الشخص الذى يقوم بكتابة «تحرير» الأخبار، سواء كان يشترك فى جمع هذه الأخبار أو لا يشترك، وسواء كان يتولى تقديمها كمذيع أو لا يقوم بهذه المهمة؛ أي أن التحرير هنا يعنى صياغة الأخبار، والمحرر هو الشخص الذى يقوم بمهمة «كتابة» أو «صياغة» الأخبار، وهو عمل يختلف عن التأليف بطبيعة الحال، لأن المحرر فى هذه الحالة لا يؤلف ولا

يبتكر، بل هو محكوم بما لديه من وقائع ومعلومات وأسماء، وكل ما يؤديه هو عملية صياغة وترتيب لعرض هذه الوقائع وفق قواعد معينة فى إطار سياسة المحطة التى ينتسب إليها.. وهكذا تختلف طبيعة عمله عن طبيعة الكاتب أو المؤلف، وهو الشخص المبدع المبتكر للفكرة والموضع الذى يتناوله.

شروط نجاح الكاتب الإذاعى:

يتوقف نجاح الكاتب الإذاعى - أياً كان تخصصه أو المجال الذى يكتب فيه - على توافر عدد من الاعتبارات والشروط يمكن بسطها على النحو التالى:

١- **الموهبة الذاتية أو الاستعداد الشخصى:** فالكاتب الإذاعى - شأنه شأن كل من يعمل فى مجال الإبداع الفنى - لابد وأن يتوافر له القدر المناسب من الاستعداد الفطرى أو الذاتى لهذا العمل، وهذا ما يطلق عليه أحياناً صفة «الموهبة» التى هى القدرة أو مجموعة القدرات الفطرية الخاصة أو المهارات الفطرية الخاصة التى تتوافر لشخص دون غيره. ويمكن أن نلمس ذلك فى كثير مما يجرى حولنا فى الحياة اليومية، فهناك مثلاً الكثير من الأشخاص المولعين بقراءة الشعر ولكنهم لا يستطيعون نظم بيت واحد فى قصيدة، وهناك الكثير من الناس الذين يتذوقون الجمال فى لوحة من اللوحات، لكنهم لا يجيدون الرسم أو التصوير،وكذلك فإن كل إنسان يملك صوتاً حسنًا لا يعنى أنه قادر على الغناء!!

ومعنى هذا ببساطة أن البعض فقط هم الذين يملكون قدرات خاصة أو مهارات واستعدادات فطرية خاصة فى مجال من المجالات، وهذه الاستعدادات أو الإمكانات هى التى يمكن تنميتها وصقلها بالعلم والتعليم والتدريب والممارسة. فالكتابة وإن كانت تتطلب موهبة أصيلة، إلا أنها تتطلب كذلك خبرة كافية لاستخدام هذه الموهبة، وهذه الخبرة يمكن اكتسابها من القراءة والاطلاع على أعمال الآخرين، فضلاً عن الدراسة المتخصصة.

٢- **فهم طبيعة الوسيلة وخواصها:** يجمع كافة خبراء الفنون الإذاعية على أنه يتعين على الكاتب الإذاعى أن يضع نصب عينيه دائماً - وهو يكتب نصه - طبيعة وخواص الوسيلة التى سيعرض من خلالها النص. وذلك لأنه ليس كاتباً بالمفهوم العام أو الأدبى، فهو لا يحرر نشرة مطبوعة أو يضع كتاباً مدرسياً أو يكتب مقالاً أدبياً، بل يكتب ما ينبغى أن يرى بالعين ويسمع بالأذن، وعلى ذلك تكون كتاباته بمثابة تصوير للأفكار والمعلومات والوقائع والمفاهيم. ولن يكون قادراً على ذلك بأى حال من الأحوال ما لم يفهم احتمالات وحدود الوسيلة التى يكتب لها، وأن يتعرف على خواصها وطبيعتها وما يمكن أن تقدمه له من إمكانات أو مدى ما تقيده به من قيود أو حدود. وعلى ذلك يمكن القول بأن الكاتب الإذاعى «للراديو أو التليفزيون» هو الشخص الذى يتقن استخدام الإمكانات الفنية للوسيلة أو المجال الذى يكتب له.

٣- **فهم طبيعة وخواص الجمهور الذى يكتب له**، والتأثير المطلوب الذى يسعى إليه لكى يتضح له الهدف أو الغرض من كتابة النص.

٤- **الثقافة التى تتصل بالعمل الإذاعى:** بمعنى أن يتزود الكاتب بمجموعة من المعارف الأساسية والعلوم والفنون التى تتصل بالعمل الإذاعى وترتبط به. ومن ذلك الدراما والموسيقى والتذوق الفنى والتمثيل والمدارس والنظريات الأدبية والفنية المختلفة، فضلاً عن العلوم والفنون التى تتصل بتخصص دقيق يكون الكاتب قد اختار العمل فيه، مثل الكتابة للأطفال والتى تحتاج من الكاتب إلى قدر من دراسة علم النفس واستخدام الألوان، وما إلى ذلك. وكذلك فإن كتابة الإعلانات التجارية للراديو والتليفزيون تحتاج من الكاتب بالضرورة أن يلم بدراسات وبحوث التسويق وعلم النفس الاجتماعى وسيكولوچية الفرد والجماعة، وكذلك فإن محررى الأخبار لابدَّ وأن يكونوا قد درسوا فنون الصحافة ووسائل الإعلام، فضلاً عن دراسة

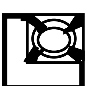
النظريات والعلوم السياسية والتاريخ... إلخ.

٥- **الثقافة العامة :** والمقصود بها مجموعة المعارف والمعلومات والاهتمامات المتنوعة التى تشمل السياسة والتاريخ والاقتصاد والمجتمع، وهذه الثقافة «الموسوعية» تعد جزءاً لا يتجزأ من مدركات الكاتب ورصيداً مهماً من الأفكار والمعلومات التى كثيراً ما تعينه على أداء عمله.

٦- **معايشة الواقع:** والمقصود بذلك أن يكون الكاتب جزءاً لا يتجزأ من البيئة والمجتمع الذى يعيش فيه، مدركاً لمشاكله وقضاياه وما يشغل الناس من هذه القضايا والمشكلات ومواقفهم منها وتفسيرهم لها. وإن مثل هذه المعايشة هى التى تمنح الكاتب أفكاراً لا حدود لها وشخصيات لا حصر لها، كما تعينه على القدرة على التعبير عن هؤلاء الذين يستمعون إلى البرنامج أو يشاهدونه أو عرض وجهات نظرهم ومواقفهم، ولا شك أنه كلما ازداد احتكاك الكاتب بالواقع ومعايشته للناس وتأمله لسلوكهم وطبيعتهم، ازدادت معرفته بهم، فالجمهور الذى يستمع إلى الراديو ويشاهد التليفزيون، هم الأفراد الذين يكتب لهم الكاتب ويتحدث إليهم المذيع، ومن هنا فإن الكاتب لن يكون قادراً على فهم مشاعرهم وأحاسيسهم إلا إذا كان على معرفة وثيقة بهم.

٧- **المرونة والقدرة على مواجهة المفاجآت:** وهذا أمر تفرضه طبيعة الإنتاج الإذاعى أولاً وأخيراً، حيث يخضع للمفاجآت والظروف المتغيرة فى كثير من جوانبه. فقد يحدث أن يرفض أحد الممثلين الاستمرار فى العمل لسبب أو لآخر، وقد يتعذر الحصول على موافقة السلطات لتصوير برنامج أو لقطات معينة فى مكان معين. كما قد يتعذر التصوير فى مكان ما لسبب فنى خارج عن الإرادة، وكذلك قد يعتذر أحد الضيوف فجأة عن الحضور لتسجيل البرنامج، وهذه كلها وغيرها من مفاجآت العمل تتطلب من الكاتب أن يكون مرناً وأن تكون لديه القدرة التى تمكنه من مواجهة مثل

هذه المفاجآت وحل مثل هذه المشكلات. ولذا يقال بأن الكُتاب الذين حققوا تفوقاً وبروزا فى هذا المجال لم يبرهنوا على أنهم موهوبون فقط بل على أنهم قادرون كذلك على تحمل التوترات الهائلة الناجمة عن طبيعة العمل الإذاعى، وتحت ضغط مواعيد تحدد تحديداً دقيقاً سواء فيما يتعلق بالتسجيل داخل الاستوديوهات أو التصوير والنقل الخارجى، أو البث المباشر من الاستوديو... إلخ. ومن هنا فإن الكتابة الجيدة وإن كانت شيئاً ضرورياً ومطلباً أساسياً، فإن ذلك لابد وأن يتم أيضاً فى إطار المواعيد والأوقات المحددة والتى تتوافق مع طبيعة العمل الإذاعى وظروفه والتى قد تضطر الكاتب لمواجهة حالات معينة تقتضى اختصار النص أو إعادة كتابته أو إضافة معلومات جديدة إليه.



ملخص الوحدة الثالثة

تستهدف الكتابة للإذاعة نقل الأفكار والآراء والمعلومات وإيصالها إلى المتلقى بأقصى قدر من اليسر والسهولة والسرعة والجاذبية والتشويق والإقناع.

يوصى الخبراء والمختصون بضرورة أن تتوافر فى النص المكتوب خصائص الوضوح، والحيوية، والتنوع، والإيجاز لكى يستحوذ على اهتمام الجمهور، ويؤدى التأثير المطلوب بأكثر قدر من الفعالية فى أقصر وقت ممكن.

بالرغم من اختلاف أشكال النصوص الإذاعية وأنواعها ، فإن هناك ما يمكن أن يطلق عليه خصائص النص الإذاعى وصفاته، وهى أشبه بمجموعة من الأساسيات والقواعد العامة، أو الشروط التى ينبغى توافرها فى النص. وتندرج تحت العناصر التالية:

- تحديد الهدف وتعيين الجمهور.
- التشويق وإثارة الاهتمام.
- الخضوع لعامل الوقت.
- الخضوع للذوق والآداب العامة.

تعددت المسميات التى تطلق على الكاتب الإذاعى، وبصفة عامة يمكن التمييز بين خمسة أنواع أو مسميات هى:

- الكاتب أو المؤلف.
- كاتب السيناريو "السيناريست".
- كاتب الحوار.
- المعد.

- المحرر.

ويتوقف نجاح الكاتب الإذاعى، أياً كان تخصصه أو المجال الذى يكتب فيه، على توافر عدد من الاعتبارات والشروط هى:

- الموهبة الذاتية.
- فهم طبيعة الوسيلة وخواصها.
- فهم طبيعة وخواص الجمهور الذى يكتب له.
- الثقافة التى تتصل بالعمل الإذاعى.
- الثقافة العامة.
- معايشة الواقع.
- المرونة.

[?] أسئلة على الوحدة الثالثة

س١ : تحدث عن خصائص وطبيعة الأسلوب الإذاعى.

س٢ : ما أهم خصائص النص الإذاعى؟

س٣ : فرِّق بين مسميات الكتَّاب الإذاعيين ووظائفهم.

س٤ : اذكر أهم الخصائص التى يجب توافرها فى الكاتب الإذاعى.

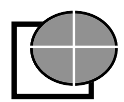
مراجع الوحدة الثالثة

(١) كرم شلبى (١٩٨٧): ***فن الكتابة للراديو والتليفزيون***، جدة، دار الشروق.

(٢) سعيد السيد (١٩٨٩): ***إنتاج الأخبار فى الراديو والتليفزيون***، القاهرة، عالم الكتب.

(٣) محمد سيد محمد (١٩٨٤): ***الإعلام واللغة***. القاهرة، عالم الكتب.

(٤) عبد العزيز شرف (١٩٩٩): ***وسائل الإعلام ومشكلة الثقافة***، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب.



الوحدة الرابعة

مكونات لغة الراديو والتليفزيون

الأهداف السلوكية :

بعد دراسة الدارس لموضوع الوحدة، يجب أن يكون قادراً على أن:

١-يتعرف على دلالة الكلمة المنطوقة فى النص الإذاعى وكيفية انتقائها.

٢- يبين أهمية الموسيقى واستخداماتها فى البرامج الإذاعية .

٣- يذكر أنواع المؤثرات الصوتية واستخداماتها فى البرامج .

٤- يعدد أساليب دمج العناصر الصوتية المكونة للبرنامج .

٥- يصنف اللقطات التليفزيونية وفقًا لأحجامها ودلالاتها.

العناصر :

- الكلمة المنطوقة.
- الموسيقى.
- المؤثرات الصوتية.
- أساليب دمج العناصر الصوتية المكونة للبرنامج.
- اللقطات.

الوحدة الرابعة

مكونات لغة الراديو والتليفزيون

مقدمة :

إذا كانت اللغة الإعلامية لها خصائصها العامة التي تميزها عن غيرها من أنواع اللغة، فإن لغة الراديو والتليفزيون لها خصوصيتها التى تميزها أيضاً عن بقية أنواع اللغة الإعلامية (لغة الصحافة، لغة الإعلانات، لغة منشورات العلاقات العامة...) وتنبع خصوصية هذه اللغة من خصوصية المفردات التى تكوِّن هذه اللغة، فالمفردات الأساسية فى اللغة التليفزيونية هى «اللقطات» بأشكالها وزواياها المختلفة، والمفردات الأساسية فى اللغة الإذاعية هى «الصوت» بتشكيلاته المختلفة (الكلام - الموسيقى - المؤثرات الصوتية - الصمت...) ويمكن إلقاء الضوء على عناصر ومفردات لغة الراديو والتليفزيون كما أشارت إليها د. سوزان القلينى ود. هبة السمرى (١٩٩٣) على النحو التالى:

أولاً- الكلمة المنطوقة :

تتمثل الكلمة المنطوقة فى النص الإذاعى الذى يقرأه المذيع أو مقدم البرنامج، ويتوقف تأثير الكلمة المنطوقة فى البرنامج الإذاعى على شخصية المذيع أو المقدم. حيث يعتبر هو المسئول عن المحطة الإذاعية لحظة وجوده على الهواء لإذاعة البرنامج؛ حيث يستحوذ على المحطة الإذاعية، ويعتبر مسئولاً مسئولية كاملة عن صوته خلال تواجده على الهواء. ويعمل المذيع جاهداً على اجتذاب المستمعين من خلال حسن الإذاعة، ومن خلال قراءة النص المكتوب مفضلاً مصلحة المحطة على مصلحته الشخصية.

ويعملُ المذيعُ أو المقدم على تلوين صوته وفقاً للمقاطع الصوتية المختلفة ووفقاً لشكل البرنامج الذى يؤديه، فطريقة الأداء تعتبرُ مهمة جداً بالنسبة للكلمةِ

المنطوقة فى الراديو، ونجاح البرنامج يتوقف فى معظم الأحيان على إيقاع هذا البرنامج ووفقاً لقدرة المذيع على تلوين الصوت، فيبدأ المذيع البرنامج ببطءٍ حتى يعطى فرصة للمستمع للتعود على طريقةِ كلام المذيع وصوته وشخصيته أيضاً. وعندما يدخلُ المذيع إلى صلب الموضوع يجب أن يقسم الإيقاع بسرعة نسبية فى الأداء الصوتى مع تلوين الصوت وفقاً للمضمون المختلف الذى يقرأه المذيع.

ويراعى فى الكلمة المنطوقةِ فى البرنامج أن تعملَ على جذبِ المستمع وشد انتباهه طوال فترة إذاعة البرنامج، مع مراعاة أن يفهم المستمع كل كلمة فى البرنامج ويأتى ذلك باستخدام الكلمات السهلة البسيطة المألوفة والتى تُستخدم فى الحياة اليومية، ومن ذلك :

- استخدام الكلمات والمصطلحات المألوفة والتى يفهمها كل الناس على السواء، وعندما يتطلب الأمر أحياناً استخدام كلمة غير مألوفة يجب شرحها فى جملة قصيرة جداً حتى يفهمها المستمع.
- تجنب الأسلوب غير المباشر: أحياناً يستخدم هذا الأسلوب فى الأحاديث العادية ولكن غير مطلوب استخدامه فى الراديو؛ فالمفروض استخدام الأسلوب المباشر لإعطاء المعلومة فى الراديو.
- استخدام الكلمات الوصفية، فمستمع الراديو لا يرى فقرات البرنامج وإنما يتخيلها من خلال الاستماع، ولذلك يجب استخدام الكلمات الوصفية حتى تساعد المستمع على التخيل.
- احترام اللغة المنطوقة: وذلك بقراءة النص الإذاعى كرواية للمستمع فذلك يجعلنا نحتفظ به أطول مدة ممكنة، وذلك بتلوين الصوت فى الفقرات المختلفة، واختلاف الإيقاع فى كل فقرة.

ثانياً- الموسيقى:

تعد الموسيقى أحد العناصر الأساسية فى مكونات البرنامج الإذاعى ولا يخلو برنامج إذاعي من الموسيقى وخاصة الموسيقى المميزة للبرنامج أو ما يسمى بموسيقى التتر .

وتخلقُ الموسيقى مناخاً وجواً عاماً للبرنامج حتى إن كثيراً من البرامجِ تعرفُ بموسيقاها المميزة، كما أن استخدامَ الموسيقى فى البرنامج الإذاعى يعملُ على عدم تسربِ المللِ إلى المستمع.

وتستخدم الموسيقى فى البرامج الإذاعية لعدة أغراض تتمثل فيما يلى:

١- **كبرنامج مستقل**: وتستخدم فيه الموسيقى سواء الحية أو المسجلة، والموسيقى الحية هى التى تسجلُ مباشرةً فى الاستوديو والتى يعزفها أوركسترا أو فرقة موسيقية.

والموسيقى المسجلة هى المسجلة على شرائطٍ أو على اسطوانات وتشكلُ الموسيقى فى هذه الحالة محتوى البرنامج حيثُ يعتمد البرنامج بصفة أساسية على الموسيقى.

٢- **كلحن مميز للبرنامج**: كلُ البرامج الإذاعية تستخدمُ بعض المقطوعات الموسيقية كلحنٍ مميزٍ للبرنامج سواء أكان هذا البرنامج أخبارا أم حوارا أم تحقيقا أم مجلة أم دراما.

٣- **كربط لفقرات البرنامج**: وفى هذه الحالة تكون الموسيقى داخل البرنامج وتربط بين فقرات البرنامج الإذاعى، وتعتبر فاصلاً بين أجزاء البرنامج الواحد. وعند استخدام موسيقى الربط يجب على كاتب النص أن يحدد نوعيتها وزمنها، ويفضل أن تتلاءم الموسيقى مع محتوى البرنامج والجو النفسى للبرنامج حتى لا يشعر المستمع بانفصال بين مضمون البرنامج وموسيقى الربط.

٤- **لإعطاء إيحاء معين**: تستخدم الموسيقى أحياناً لإعطاء إيحاء معين سواء تغيير الزمان أو تغيير المكان، ويتوقف ذلك الإيحاء على طول الموسيقى ونوعيتها، ويستخدم هذا الإيحاء فى البرامج الإذاعية والدراما.

٥- **استخدام الموسيقى كخليفة**: يمكن استخدام الموسيقى كخلفية فى البرنامج. وفى هذه الحالة يتمُ مزج صوتين فى البرنامج مثل الكلمة المنطوقة مع الموسيقى وذلك لإحداث جو نفسى معين داخل البرنامج. ففى برامج الشعر يمكنُ أن تكونَ الموسيقى خفيفة هادئة وخلفية لصوت المذيع مما يساعد على تكوين جو شاعرى يعيش فيه المستمع، كذلك تستخدمُ أحياناً فى الدراما الإذاعية كخلفية لإبراز الجو النفسى للشخصيات الدرامية.

٦- **استخدام الموسيقى كمؤثر صوتى**: أحياناً يتم استخدام بعض الآلات الموسيقية كمؤثر صوتى لإعطاء إيحاء معين وخاصة فى الدراما. وأحياناً تستخدم الموسيقى مع المؤثر الصوتى لإحداث التأثير المطلوب فى المستمع وخاصة فى التمثيليات والمسلسلات الإذاعية.

٧- **كموسيقى أمامية**: وتستخدم الموسيقى فى تلك الحالة عندما يتطلبُ مضمون البرنامج العزف على آلة موسيقية معينة؛ فمثلاً عند إجراء برنامج عن المواهب الشابة ويكون أحد الضيوف فى البرنامج يجيد العزف على آلة البيانو وعند إبراز هذا العزف للمستمع يكونُ عبارة عن موسيقى أمامية وتكون جزءاً من مضمون البرنامج.

وتعتبر معرفة محتويات المكتبة الموسيقية فى الإذاعة أمراً ضرورياً بالنسبة لإنتاج البرامج، ويجب سماع التسجيلات الموسيقية قبل استخدامها فى البرنامج حتى تحكم على مدى صلاحية استخدامها فى البرنامج.

ثالثاً- المؤثرات الصوتية:

يوجد نوعان من المؤثرات الصوتية هما :

المؤثرات الحية أو الطبيعية :

وهى التى تسجلُ داخل الاستوديو أثناء تسجيل العمل الإذاعى مثل صوت خطوات شخص يسير على الأرض أو يصعد السلم أو يغلق الباب ويفتحه، أو تسجيل من موقع الحدث نفسه عند إجراء تحقيق إذاعى مثلاً عن حادث وقع فى الطريق، وصوت سيارة الإسعاف وسيارة البوليس كل ذلك يعتبرُ من المؤثراتِ الحية أو الطبيعية أى سجلت من موقع الحدث نفسه أو أثناء تسجيل العمل فى الاستوديو.

المؤثرات المسجلة :

وهى المؤثرات الصوتية المسجلة مسبقاً على شرائط كاسيت وجاهزة للاستخدام مثل صوت أمواج البحر، صوت الرياح، صوت الرعد، أو أمطار غزيرة.

وتستخدم المؤثرات الصوتية مع بعضها أحياناً، فتتطلب بعض البرامج استخدام المؤثرات الحية مع الموثرات المسجلة، وأحياناً يستخدم نوع واحد من المؤثرات وفقاً للتأثير المطلوب إحداثه من البرنامج، وتعمل المؤثرات الصوتية على زيادة فعالية البرامج الإذاعية وتهدف إلى المساعدة على إبراز الموقف أو الفكرة وتفهم الشخصيات فى الدراما الإذاعية، وتساعد المؤثرات الصوتية على إثارة العواطف والتأثير على المستمعين، وهى تستخدمُ فى العديد من الأشكالِ البرامجية سواء دراما أو برامج وثائقية أو تحقيقات إذاعية؛ وذلك للأغراض التالية :

١- إعطاء إيحاء بالمكان:

فصوت الآلات يُعطى إيحاء بأننا فى مصنع، وصوت السيارات والضوضاء يعطى إيحاء بالتسجيل فى الشارع.

٢- إعطاء إيحاء بالزمان:

فصوتُ العصافير يُعطى إحساسًا بشروق الشمس وطلوع النهار ، وصوت

تدفق الأمطار يعطى إيحاء بأننا فى الشتاء.

٣- إعطاء إيحاء بالموقفِ التمثيلى:

فصوت جسم يرتطمُ بالأرض ثم صوت أقدام تجرى يعطى إيحاء بأن شخصاً ما ارتكب جريمة ويهربُ، وصوت الطائرة عند الإقلاع يعطى إيحاء بسفر البطل.

٤- إعطاء إيحاء نفسى:

سواء بالرعب أو الخوف أو الترقب والانتظار، فصوت دقات الساعة يُعطى شعوراً بالملل والانتظار والسكون الشديد يعطى إحساساً بالخوف أحياناً.

٥- إعطاء إيحاء بالبداية والنهاية:

فصوت دقاق المسرح يُعطى إيحاء ببداية رفع الستار، وصوت الجماهير فى النهاية يعطى إحساساً بنهاية المسرحية.

ويجب استخدام المؤثرات الصوتية بحذر شديد وعدم المغالاة فى استخدامها إلا فى حالة الضرورة لمساعدة المستقبل على التكيف النفسى مع البرنامج أو توجيه انتباهه وعواطفه أو للإيحاء للمستمع بشىء معين عن طريق الاستخدامات المتعددة للمؤثرات الصوتية.

أساليب دمج العناصر الصوتية المكونة للبرنامج :

تتعددُ أساليب دمج العناصر الصوتية المكونة للبرنامج الإذاعى، ويخدم كل منها هدفاً معيناً ، ويجب على كاتب النص الإذاعى أن يحدد أساليب دمج العناصر فى النص الإذاعى. وتشبه أساليب دمج العناصر أدوات وجمل الربط فى اللغة المكتوبة، ومن الأساليب المستخدمة ما يلى:

١- القطع Cutting:

تعنى الانتقال المفاجئ من مصدر صوت إلى مصدر آخر عن طريق قطع الصوت الأول من خلال طاولة الصوت ورفع الصوت الثانى فجأة. مثل النص الإذاعى بعد انتهاء الفقرة التى يقرأها المذيع والدخول بالتسجيل الصوتى مباشرة ثم قطع التسجيل الصوتى بعد انتهاء الجزء المطلوب والدخول بصوت المذيع.

٢- المزج Mixing:

ويعنى دمج صوتين أو أكثر من أصوات البرنامج الإذاعى فى آن واحد؛ فمثلاً دمج صوت المذيع بالموسيقى الخلفية أو مزج الموسيقى بالتسجيل الخارجى، وهذا يعنى أن الصوتين يسمعهما المستمع معاً ولكن يكون أحدهما أوضح من الآخر.

٣- الظهور والاختفاء التدرجى Fade In & Out:

ويعنى ظهور الصوت تدريجياً أو اختفاءه تدريجياً ، ويستخدم ذلك فى بداية البرنامج ونهايته.

٤- الظهور والاختفاء المتداخل Cross Fade:

تعنى اللحظة التى يتلاشى فيها صوت معين هى نفس اللحظة التى يظهر فيها صوت آخر ولكن تحدث هذه العملية فى ثوان محدودة.

وتستخدم هذه الطريقة عند استخدام مقطوعتين موسيقيتين فتتلاشى إحداهما فى الوقتِ الذى تظهر فيه الأخرى، وتستخدم هذه الطريقة فى الدراما للإشارة إلى تغيير المشهد، ولكن تستخدم ببطء فى الدراما بينما تستخدم بشكل سريع للفصل بين الموسيقى.

٥- الاختفاء الجزئى Partial Fade:

ويعنى انخفاض أحد الأصوات تدريجياً إلى أن يصبح خلفية لصوت آخر يظهر؛ مثلاً صوت الموسيقى ينخفض تدريجياً ويبدأ المذيع فى الحديث وتظل الموسيقى خلفية لحديثه وذلك لجذب الانتباه للصوت الرئيسى فى البرنامج وهو صوت المذيع.

كذلك يمكنُ التركيز على صوتِ موسيقى خفيفة ثم تتلاشى تدريجياً إلى أن تسمع شخصين بينهما حوار، وتظل الموسيقى خلفية لهما مما يعطى إحساساً بوجودهما فى حفلة.

٦- الاختفاء والظهور الكلى Board Fade In & Out:

ويستخدم هذا المصطلح للإشارة إلى انتهاء شيء معين مثل انتهاء مشهد معين ويكون هناك فترة صمت لمدة ثلاث ثوانٍ ثم يبدأ المشهد الجديد.

كذلك يستخدم فى الدراما للإشارة إلى تغيير المكان أو الزمان. ويفضل عدم استخدام الاختفاء والظهور الكلى لمدة طويلة. وتتراوح المدة المناسبة لاستخدامه ما بين ٧-١٢ ثانية حيث يستخدم بشكل طويل فى الموسيقى وفى الدراما وفى انتهاء البرنامج الإذاعى.

وهناك شكل آخر من أشكال التلاشى أو الاختفاء ولكن لا يتم من خلال طاولة الأصوات وإنما من خلال المذيع نفسه أو الممثل نفسه ، ويسمى Self fade أو الاختفاء الذاتى ، وتعنى أن الشخص نفسه داخل الاستوديو هو الذى يعملُ على اختفاء صوته من خلال تحركه أو اتجاهه تجاه الجزء الميت فى الميكروفون وهو الجزء الذى لا يلتقطُ الصوت، وتستخدم هذه الطريقة عند التقديم لتمثيلية إذاعية.

وعملية دمج العناصر الصوتية المكونة للبرنامج الإذاعى هى مسئولية المعد فيجب أن يحددها عند الإعداد للنص الإذاعى بوضوح وبخط واضح.

رابعاً- اللقطـــات :

تبدأ اللقطة عند الضغط على زناد التسجيل وتنتهى بالضغط مرة أخرى عليه لإنهاء التسجيل. أما المشهدُ فهو مجموعةُ لقطات متتابعة تدور فى زمن معين ومكان محدد بذاته. ومن مجموعة المشاهد يتكون العمل الدرامى.

وتعرفُ اللقطات التليفزيونية بكمية المادة الداخلة ضمن إطار الشاشة غير أنه فى الممارسة الفعلية هناك اختلاف كبير فى تسمية اللقطات فما يعتبر لقطة متوسطة Medium Shot من قبل أحد المخرجين قد يعتبر لقطة طويلة Long Shot من قبل مخرج آخر. على أن تحديد اللقطات عموماً يتم على أساس ما يظهر فى اللقطة من الجسم الإنسانى.

كلما زاد ما تشمله اللقطة من مساحة، قلت التفاصيل، وكلما قلت المساحة التى تغطيها اللقطة ؛ زاد فقدان العلاقة المكانية للصورة بالنسبة لإطارها الأكبر. ورغم أن هناك فى الواقع أحجاماً مختلفة من اللقطات فى التليفزيون إلا أن أغلبها يندرج تحت أنواع أساسية:

١- أحجام اللقطات:

هناك تصنيف أساسى لأحجام اللقطات:

- اللقطة القريبة Close Up Shot.
- اللقطة المتوسطة Medium Shot.
- اللقطة الطويلة Long Shot.

كيف نحدد حجم اللقطة ؟

يمكن لكاميرا الفيديو أن تكشف لنا كلَّ ما يجرى فى المشهد من خلال سلسلة من اللقطات البعيدة والقريبة. ويمكن تحديد حجم اللقطة إذا عرفنا الغرض من كل نوع من اللقطات:

(أ) اللقطات القريبة:

- تلفتُ النظر لأشياء محددة فى الكادر.
- التأكيد على أشياء معينة.
- تظهر رد الفعل وتعبيرات الوجه.
- توضح تفاصيل الأشياء.

(ب) اللقطات البعيدة:

وهى تستخدم عادة فى بداية المشهد، ونلجأ إليها فى الأغراض التالية:

- تعرفنا بموقع الحدث والجو العام للمكان.
- تمكننا من متابعة الحركة داخل الكادر.

- تعرفنا بالعلاقات بين الأشياء.

(جـ) اللقطات المتوسطة:

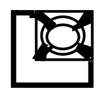
هى لقطات وسيطة بين اللقطات القريبة والبعيدة، ويمكن من خلالها التعرف على إشارات وحركات الجسم كالأرجل والأيدى، كما أننا لا يمكن النقل من لقطات طويلة للقطات قريبة بدون لقطات وسيطة إلا فى حالات قليلة.

(د) اللقطات البعيدة جداً:

تساعدُ المشاهد على الحصول على نظرة موضوعية عن المكان، وفى الغالب تستخدم عدسات Wide Angle للحصول على تلك اللقطات التى تحقق الأغراض التالية:

- تساعد على التعرف على المواقع الكبيرة كما فى الأفلام التاريخية.
- التعرف على الجو العام للمكان.
- التعريف بالعلاقات بين مجموعات من البشر.

ملخص الوحدة الرابعة



إذا كانت اللغة الإعلامية لها خصائصها العامة التى تميزها عن غيرها من أنواع اللغة، فإن لغة الراديو والتليفزيون لها خصوصيتها التى تميزها أيضاً عن بقية أنواع اللغة الإعلامية.

تنبع خصوصية اللغة الإذاعية من خصوصية المفردات التى تكوِّن هذه اللغة، فالمفردات الأساسية فى لغة التليفزيون هى «اللقطات بأشكالها وزواياها المختلفة"، والمفردات الأساسية فى لغة الراديو هى «الصوت» بتشكيلاته المختلفة.

تعتبر الكلمة المنطوقة هى العمود الفقرى للغة الراديو، ويراعى فى الكلمة المنطوقة فى البرنامج أن تعمل على جذب المستمع وشد انتباهه طوال فترة إذاعة البرنامج، مع مراعاة أن يفهم المستمع كل كلمة فى البرنامج ويأتى ذلك باستخدام الكلمات السهلة البسيطة المألوفة، والتى تستخدم فى الحياة اليومية.

تعد الموسيقى أحد العناصر الأساسية فى مكونات البرنامج الإذاعى، ولا يخلو برنامج إذاعى من الموسيقى وخاصة الموسيقى المميزة للبرنامج أو ما يسمى بموسيقى التتر، وتخلق الموسيقى مناخاً وجواً عاماً للبرنامج حتى أن كثيراً من البرامج تعرف بموسيقاها المميزة، كما أن استخدام الموسيقى فى البرنامج يساعد المؤثرات الصوتية على إثارة العواطف والتأثير على المستمعين، وهى تستخدم فى العديد من الأشكال البرامجية وذلك للأغراض التالية:

- إعطاء إيحاء بالمكان.
- إعطاء إيحاء بالزمان.
- إعطاء إيحاء نفسى.
- إعطاء إيحاء بالبداية والنهاية.

تعتبر "اللقطة" هى المفردة الأساسية فى لغة التليفزيون، ولكل لقطة أهدافها، فاللقطة القريبة تلفت النظر إلى الأشياء محددة فى الكادر، وتظهر رد الفعل وتعبيرات الوجه، وتوضح تفاصيل الأشياء، واللقطة البعيدة تعرفنا بموقع الحدث وتمكننا من متابعة الحركة داخل الكادر، وتعرفنا بالعلاقات بين الأشياء وهكذا.

أسئلة على الوحدة الرابعة

؟

س١: تعد الموسيقى أحد العناصر الأساسية فى مكونات البرنامج الإذاعى. فى ضوء ذلك وضح أهم استخداماتها ودلالاتها فى النص الإذاعى.

س٢: تحدث عن أنواع المؤثرات الصوتية .

س٣: اذكر الأحجام الرئيسية للقطات التليفزيونية والدلالات العامة لكل حجم .

س٤ : تتعدد أساليب دمج العناصر الصوتية المكونة للبرنامج الإذاعى ، ويخدم كل منها هدفًا معينًا .

اشرح العبارة مشيراً إلى هذه الأساليب .

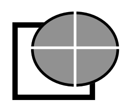
س٥ : اشرح أهمية الكلمة المنطوقة فى النص الإذاعى ، مشيراً إلى الأمور الواجب مراعاتها فى استخدامها .

مراجع الوحدة الرابعة

(١) سوزان القليني، هبة السمرى (١٩٩٣): *إنتاج البرامج للراديو والتليفزيون*. القاهرة، مكتبة الشباب.

(٢) حسن عماد مكاوى (١٩٨٩): *إنتاج البرامج للراديو: النظرية والتطبيق*، القاهرة، مكتبة الأنجلو.

(٣) عبد العزيز الغنام (١٩٨٣): *مدخل فى علم الصحافة: إنتاج البرامج الإذاعية*، القاهرة، مكتبة الأنجلو.



الوحدة الخامسة

لغة الأخبار فى الراديو والتليفزيون

الأهداف السلوكية :

بعد دراسة الدارس لموضوع الوحدة، يجب أن يكون قادراً على أن:

١- يعرف العناصر اللغوية الواجب توافرها فى الأخبار الإذاعية.

٢- يوضح الاعتبارات اللازمة لتحقيق الاختصار والإيجاز.

٣- يذكر الاعتبارات اللازمة لتحقيق البساطة والوضوح.

٤- يبين أساليب تحقيق الفورية فى الحدث.

٥- يعرف مكونات الخبر الإذاعى وكيفية كتابته.

٦- يعرف الخصائص اللازم توافرها فى قارئ النشرة.

٧- يبين مبادئ تكوين الأخبار التليفزيونية.

٨- يحدد القواعد المتبعة لكتابة الأسماء فى الأخبار.

٩- يذكر الأنواع الرئيسية للقطات وقواعد اختيارها فى الأخبار المصورة .

١٠- يشرح عملية الإعداد النهائى للخبر التليفزيونى .

العناصر :

- مقدمة.
- أساسيات كتابة الأخبار الإذاعية.
- تقديم النشرة الإخبارية.
- الأخبار التليفزيونية.
- اختيار اللقطات.
- اللقطات الصوتية المرئية.
- اللقطات الوسيطة.
- الإعداد النهائى للخبر.

الوحدة الخامسة

لغة الأخبار فى الراديو والتليفزيون

مقدمة :

لكى تحقق الأخبار الهدف منها لابدَّ وأن تتوافر فى الخبر أربعة عوامل رئيسية هى: الدقة، والسرعة، والوضوح، والموضوعية.

الـدقــة: لابدَّ من مراعاة الدقة فى كتابة الخبر الإذاعى، وذلك بالرجوع إلى أكثر من مصدر من مصادر الأخبار للتحقق من صحة الخبر، فضلاً عن مراعاة الدقة فى كتابة الأرقام والأسماء والأحداث، ويأتى عدم الدقة فى كتابة الخبر الإذاعى من الاستعجال أحياناً فى إذاعة الخبر دون التحقق من صحته أو صحة الأرقام التى يحتويها الخبر أو صحة الأسماء فى الخبر، وكلما كان الخبر أكثر دقة كان أكثر مصداقية.

السرعة: تعتبر السرعة عاملاً مهمًا فى كتابة الخبر وإذاعته. فالخبر يعد سلعة سريعة التلف لو لم يذع فى وقت حدوثه، ولذا يدفع عامل السرعة محررى نشرات الأخبار إلى سرعة تحرير الخبر، ولكن يجب تحرى الدقة المطلوبة حتى لا يؤدى عامل السرعة إلى التخلى عن الدقة فى تحرير الخبر.

الوضوح: يعنى الوضوح أن يكون الخبر واضحاً تماماً ليس به غموض، ولا يشتمل على كلمات أو معانٍ غير مفهومة بالنسبة للمستمع، وتقع مسئولية وضوح الخبر على المحرر الذى ينبغى أن يفهم فى البداية حتى يستطيع أن يحرره إلى المستمع، ويجب على محرر الخبر أن يسأل نفسه أثناء تحريره ، ماذا يجب أن يعرفه المستمع؟ وإذا أجاب عن هذا السؤال يمكن بعد ذلك أن ينظم المحرر المادة الموجودة لديه ويحررها على شكل قصة خبرية، وعلى محرر الأخبار أن يتذكر دائماً أن الهدف الرئيسى من تحرير الأخبار هو

سرعة إذاعتها، ولذا يجب أن يكون الخبر فى صورته النهائية واضحاً ومحدداً ولا يشتمل على تفصيلات لا معنى لها، ويعد الوضوح من أهم عوامل نجاح الخبر، وبدونه يتعسر على المستمع فهم الخبر أو الأفكار التى يحتويها.

الموضوعية: والموضوعية تعنى أن ينقل الخبر كحقائق مجردة إلى المستمع بدون أن يشتمل على وجهة نظر أو رأى المحرر ، فالمهم فى الأخبار الإذاعية أن تنقل بموضوعية إلى المستمع بهدف إخباره بما يجرى حوله، وليس بهدف التأثير عليه.

أساسيات كتابة الأخبار الإذاعية:

بعد تجميع كافة الأخبار التى تصل إلى المحطة الإذاعية، وانتقاء ما يصلح منها للإذاعة، تنتقل الأخبار إلى صالة التحرير حيث يتولى رئيس التحرير مراجعتها وإيجازها، ويوكل مهمة كتابة تلك الأخبار بأسلوب يتلاءم وتقديمها فى الإذاعة إلى مجموعة المحررين الذين يعملون معه، ونجد فى كثير من المحطات الإذاعية محررين متخصصين فى كتابة أنواع معينة من الأخبار مثل:- محرر الشئون السياسية - محرر الشئون الاقتصادية - المحرر الرياضى... وهكذا. وثمة عدة اعتبارات ينبغى مراعاتها عند كتابة الأخبار الإذاعية، يمكن إجمالها فيما يلى:-

أولاً- اعتبارات لتحقيق الاختصار والإيجاز:

١- يجب أن تكون جمل الخبر قصيرة، وذلك حتى يسهل على قارئ النشرة ضبط نفسه مع سرعة السرد، وحتى يتمكن المستمع من تتبع ما يذاع من أخبار. ولذا ينصح بتقسيم الجمل الطويلة إلى جمل قصيرة عند إعدادها للتقديم فى نشرات الأخبار.

٢- يجب أن تكون الجمل الإذاعية مباشرة ؛ ويتم ذلك عن طريق البعد عن

الجمل الاستهلالية، ولا سيما إذا كانت جملاً طويلة، ويفضل عند صياغة الخبر أن تدخل فى الموضوع مباشرة دون تمهيد أو استهلال.

مثال:

فى خطابه بمناسبة احتفالات عيد العمال التى أقيمت فى شبرا الخيمة أمس، أعلن الرئيس حسنى مبارك صرف منحة عيد العمال بواقع عشرة أيام لجميع موظفى الدولة.

عند تحرير هذا الخبر يفضل حذف الجملة الاستهلالية الأولى «فى خطابه .... أمس». وتبدأ بأهم ما فى الخبر وهو صرف المنحة.

٣- يجب مراعاة حذف الجمل الاعتراضية - قدر الإمكان - وذلك لتحقيق عنصر الاختصار والدخول فى موضوع الخبر مباشرة.

مثال:

أعلن السيد ياسر عرفات رئيس منظمة التحرير الفلسطينية**فى خطابه الذى ألقاه أمس فى افتتاح اجتماعات المجلس الوطنى الفلسطينى بالجزائر** إعلان الدولة الفلسطينية المستقلة.

عند تحرير هذا الخبر يفضل حذف الجملة الاعتراضية (فى خطابه .... أمس) والدخول فى صلب الخبر مباشرة؛ لأن ذلك أهم ما فى الخبر، إذ لا يضر المستمع ولا ينقص من قيمة الخبر أن يكون إعلان الدولة الفلسطينية تم فى الجزائر أو فى غيرها!!

٤- يجب مراعاة أن يكون الفاعل قريباً من الفعل فى الجمل الإذاعية عند كتابة الأخبار قدر الإمكان.

ثانياً- اعتبارات لتحقيق البساطة والوضوح:

١- تجنب استخدام**الكلمات الغامضة** أو التى يصعب فهمها أو تحدث التباسا فى فهم الجمهور لمعناها.

٢- التقليل - قدر المستطاع - من استخدام **البيانات والإحصائيات المطولة** ذلك أن المستمع لا يستطيع أن يتابعها ويفهمها، ثم إن إعادتها أو تكرارها ربما يحدث أخطاء أكبر. ويمكن أن يتابع المستمع المتخصص أو المهتم مثل تلك البيانات فى برامج إذاعية أخرى.

٣-**تجنب استخدام ضمير الغائب** إذا كان الخبر يتضمن الحديث عن شخصين مختلفين، وذلك حتى يسهل على المستمع التعرف بسهولة على الشخص الذى يعود عليه الضمير، والأفضل من ذلك أن يعاد ذكر الاسم المعنى.

٤- التقليل من استخدام **الصفات والظروف** عند صياغة الخبر الإذاعى.

٥- عند **كتابة الأرقام المطولة يفضل تحويلها إلى عقود** حتى نضمن درجة من الفهم والاستيعاب من جانب المستمع، فإذا كان الرقم مثلاً (٤٤٩٦٨) يمكن أن نقول ٤٥ ألفاً.. ويفضل ألا نقول تقريباً أو حوالى، ذلك أن أرقام العقود تكون تقريبية عادة.

٦- يجب الابتعاد عن استخدام **العبارات والمصطلحات الفنية** التى يصعب فهمها إلا من جانب المتخصصين.

ثالثاً- اعتبارات لتحقيق الفورية:

١- يفضل لتحقيق عنصر الفورية عند كتابة الأخبار أن نستخدم صيغة المضارعة ما أمكن. ولكن هذا لا يعنى أن يلتزم المحرر بالبدء بالفعل المضارع دوماً حتى إذا كان الحدث قد وقع بالفعل. وهناك كثير من الألفاظ والصيغ التى تدل على الحالية والفورية دون استخدام الفعل المضارع، ومن ذلك استخدام العبارات التالية:

- وقعت منذ قليل.
- لا تزالُ النيران مشتعلة.
- لحظة إعداد هذه النشرة.

٢- إذا تضمن الخبر عدة أحداث وقعت خلال القصة الإخبارية فى أزمنة مختلفة، يفضل أن يبدأ المحرر بأحدث وآخر التطورات فى القصة، ثم ينتقل لعرض ما سبق. وهذا يعطى الأنباء حيوية أكبر، ويتمشى مع طبيعة الفورية التى يتحلى بها الراديو.

رابعاً- اعتبارات تراعى عند كتابة الأسماء:

١- يجب الابتعاد عن ذكر أسماء بصورة مبالغ فيها داخل الخبر الواحد، إلا إذا كان لتلك الأسماء دلالة خاصة فى النشرة.

٢- يفضل ذكر الوظيفة أو المنصب الذى تشغله الشخصية قبل اسمها، ذلك أن الوظيفة أو المنصب أهم من الاسم، بل إن الاسم لا يكون محوراً للأحداث إلا من خلال وظيفته أو منصبه، وإذا كان من الضرورى ذكر الاسم فيؤجل ذلك إلى فقرة تالية فى الخبر، وبالطبع تستثنى من ذلك الأسماء المشهورة لكبار الشخصيات المحلية والعالمية.

٣- عند كتابة الأسماء الأجنبية، يجب أن تكتب بحروف صوتية وباللغة الانجليزية حتى يمكن للمذيع قراءتها بطريقة صحيحة .

٤- فى حالة وجود أسماء صعبة لأشخاص غير معروفين لدى المستمع، يجب حذف هذه الأسماء، ما لم يكن ذكرها ضرورياً ومحورياً بالنسبة للحدث.

مثال:

استقبل السيد/ أحمد ماهر وزير الخارجية أمس**السيد كوسيندوتيران** سفير الاكوادور فى القاهرة لبحث العلاقات الدبلوماسية بين البلدين.

الأفضل هنا أن نحذف اسم السفير ونكتفى بذكر وظيفته، ذلك أن الاسم - فى حد ذاته - لا يهم المستمع، كما أن المذيع يكون عرضة للوقوع فى الخطأ عند قراءة مثل هذه الأسماء.

٥- يجب على المحررين الإذاعيين فى الإذاعات المختلفة التأكد من صحة أسماء المسئولين الأجانب التى يكثر تداولها فى الأخبار، والاتفاق على طريقة واحدة فى كتابتها ونطقها. ويتضح القصور فى ذلك فى الإذاعات العربية. فمثلاً حتى الآن ليس هناك اتفاق على كتابة ونطق اسم السكرتير العام للأمم المتحدة، ونجد لكل إذاعة طريقة خاصة، (كوفى عنان -كوفى آنان).

خامسا- اعتبارات تراعى عند نسبة الأخبار إلى مصادرها:

١- **للحفاظ على دقة المعانى وصحتها**، يفضل نسبة الخبر إلى مصدره، وتزداد أهمية ذكر المصدر فى الخبر الإذاعى عندما تكون الأخبار غير مؤكدة أو مشكوكاً فى مدى صحتها.

ويمكن القول إن هناك ثلاثة أسباب رئيسية تدعو المحرر الإذاعى إلى ضرورة نسبة الخبر إلى مصدره. وهذه الأسباب هى:-

(أ) الموضوعات الخلافية:

عندما يعرض الخبر لموضوع تختلف حوله الآراء ووجهات النظر، يجب أن يكون واضحاً من صياغته أن ما يقدمه ليس رأيا شخصياً للمذيع، أو أنه يمثل موقف الإذاعة. ولكن يجب ملاحظة أنه إذا كان الرأى خارجاً أو يتضمن تجريحاً فى الآخرين، فإن نسبته إلى مصدره لا تعفى المؤسسة الإعلامية من المسئولية القانونية. ولذلك ينبغى التعامل مع مثل هذه الأخبار بحذر شديد.

(ب) حيادية كاتب الخبر:

فى كل الحالات ينبغى على الإذاعة أن تتأكد من صحة ما تقدمه من أنباء. وفى الحالات التى لا تتوافر فيها إمكانية ذلك، فإن نسبة الخبر إلى مصدره تحمى الإذاعة بعض الشىء، ذلك أن ذكر المصدر هنا يحمله مدى مصداقية الخبر.

(جـ) إضفاء القوة والأهمية:

ذلك أن ذكر مصدر النبأ كثيراً ما يضفى عليه أهمية خاصة ويعطيه مصداقية أكبر وثقة أكبر لدى المستمع.

٢- يرى البعض أنه من الأفضل أن يرد ذكر مصدر الخبر فى البداية.. والواقع أن هذا الأمر يختلف من خبر إلى آخر، ذلك وإن كان ذكر المصدر من شأنه تجهيز المستمع لتلقى الخبر، إلا أنه فى كثير من الأحيان يكون «الحدث» فى حد ذاته أهم، ومن ثم يؤجل ذكر المصدر.

مثال:

إذا كان الخبر عن وقوع انقلاب عسكرى فى دولة ما واغتيال رئيس الدولة وكبار المسئولين فيها، أما مصدر الخبر فهو تصريح أدلى به المتحدث باسم قيادة الانقلاب لإذاعة بلاده.

عند تحرير هذا الخبر، نجد أن «الحدث» وتطوراته أهم بكثير من المصدر. فالمستمع يعنيه أن يعرف تطورات ما حدث فى هذا البلد بصرف النظر عن المصدر الذى أدلى بمعلومات عن تلك التطورات!!

٣- عند استخدام الاستشهادات والاقتباسات وتصريحات المسئولين، يجب أن توزع بين ثنايا الخبر، وذلك حتى لا يختلط الأمر فى ذهن المستمع، فلا يستطيع التفرقة بين كلام المصدر المستشهد به وكلام المذيع.

كيف تكتب الخبر الإذاعى؟

يحتوى الخبر الإذاعى - عادة - على عدد من العناصر الرئيسية هى:-

- الجملة الافتتاحية - المقدمة.
- جسم الخبر.
- الجملة الختامية.

١- الجملة الافتتاحية - المقدمة - Lead:

تستخدم الإذاعة - فى صياغة الأخبار - أسلوب الهرم المقلوب - Inverted Pyramid - ويعنى هذا الأسلوب كتابة أكثر عناصر الخبر أهمية فى البداية ، ثم تتدرج العناصر الأخرى بعد ذلك حسب أهميتها حتى تصل إلى رأس الهرم.

ويتيح استخدام هذا الأسلوب فرصة تزويد المستمع بأهم وأحدث تطورات القصة الإخبارية، كما يمكن معه قطع الخبر نظراً لظروف الوقت عند أى عنصر من العناصر الأقل أهمية.

والمقدمة الجيدة هى مفتاح الخبر الجيد، ولأن الأخبار الإذاعية قصيرة جداً فمن الضرورى أن تبدأ بداية سليمة نضمن معها جذب انتباه المستمع من أول جملة وإثارة فضوله لمتابعة الاستماع.

ومن هنا فيجب أن تحتوى مقدمة الخبر على أهم ما فيه، فالمقدمات الناجحة هى المقدمات القصيرة الجذابة التى تشد انتباه المستمع، وتبلغه بأهم ما حدث.

ويمكن أن نلخص أهم قواعد إعداد المقدمة الجيدة فيما يلى:-

التركيز: يجب أن تكون مقدمة الخبر موجزة ومركزة، وعادة ما تجيب المقدمة عن واحد أو اثنين من الأسئلة الأساسية التى يسعى الخبر للإجابة عنها، وهى: من - ماذا - متى - أين - لماذا - كيف.

ويجب ألا تحمل المقدمة زوايا أو حقائق متعددة، بل يفضل أن تركز على زاوية أو حقيقة واحدة لتقود المستمع إلى قلب القصة الإخبارية.

القصر: المقدمة الناجحة هى المقدمة القصيرة التى تقدم للمستمع أهم ما فى الحدث فى أقل عدد من الكلمات. وعادة لا تزيد المقدمة على جملة أو جملتين قصيرتين.

الحيوية: المقدمة هى مفتاح الخبر، والعامل الأول لجذب المستمع وشد انتباهه، لذا يجب أن تصاغ المقدمة بأسلوب رشيق يضمن لها حيوية وجاذبية حتى تحقق الغرض منها.

٢- جسم الخبر The body:

ويقصد به القصة الإخبارية نفسها. وتحمل جمل الجسم تفاصيل القصة الإخبارية وتطوراتها. ويختلف طول جسم الخبر من خبر إلى آخر.

فأحياناً يكون الوقت المخصص للجملة الافتتاحية أكبر من الوقت المخصص للجسم ، ذلك إذا لم تكن هناك تفاصيل فى الحدث.

٣- الجملة الختامية:

وهى الجملة الختامية التى يختتم بها المحرر خبره الإذاعى. ويجب أن يراعى المحرر الاحتفاظ بالمستمع حتى نهاية الخبر، ومن ثم يبتكر المحررون صياغات متعددة للجملة الختامية للخبر لضمان ذلك، فيمكن أن تحتوى الجملة الختامية على معلومة جديدة لم ترد فى المقدمة ولا الجسم. أما إذا كانت القصة الإخبارية لم تكتمل بعد، فيمكن أن تصاغ الجملة الختامية بما يوحى بمتابعة كاملة للنشرة من جانب أولئك الذين يهتمون بالنبأ الأخير.

٤- درجت معظم الإذاعات على صياغة أنباء الموجز بجمل اسمية، فى حين تأتى تفاصيل الأنباء مبتدئة بجمل فعلية. وليس ثمة مبرر لهذا النهج، إلا أن الأذن العربية اعتادت عليه.

وتلجأ بعض الإذاعات -عادة- إلى تقديم موجز النشرة فى نهايتها، وبنفس صياغته وترتيبه، وذلك لإحاطة المستمع بأهم ما جاء فى النشرة من أنباء، ولإعلام المستمعين الذين لم يتابعوا النشرة - منذ بدايتها - بأهم ما جاء فيها من أنباء.

تقديم النشرة الإخبارية:

لا شك أن الانطباع الذى يتولد لدى الجمهور تجاه نشرة الأخبار يأتى من عنصرين أساسيين هما: الصياغة الجيدة - وميكانيكية التقديم. ولقد تحدثنا فيما سبق عن الصياغة الجيدة للأخبار، ويبقى أن نتحدث عن ميكانيكية النشرة.

طريقة تقديم النشرة:

لعل أهم ما يميز نشرة الأخبار فى الراديو هو ذلك الشعور الذى يتولد بين قارئ النشرة وجمهوره. فالمستمع أو المشاهد يشعر وكأنه دعا المذيع إلى منزله. ومن هنا يجب أن يراعى المذيع آداب وقواعد الضيافة، بحيث يكون ضيفاً مقبولاً دون تكلف أو رسميات.

ويطلق اسم مذيع الأخبار Newscaster أو قارئ النشرة Newsreader على ذلك الشخص الذى يعمل فى مجال تقديم الأخبار. ويؤدى مقدم النشرة دوراً مهمًا وأساسياً فى مدى نجاحها ومتابعة الجمهور لها أو انصرافه عنها - وهذا أمر طبيعى، فالعمل الإذاعى يحتاج إلى صفات ومقومات شخصية متعددة ينبغى توافرها فيمن يتصدى له، ولسنا بصدد التعرض لتلك الصفات والمقومات. ولكننا نقول إن مقدم نشرة الأخبار فى الراديو يجب أن يتحلى بمجموعة من الخصائص التى يمكن إيجازها فيما يلى:-

١- التعبير الصوتى الجيد:

يلعب الصوت وطريقة الأداء دورا مهماً فى إضفاء الحيوية على نشرة الأخبار، فإذا كان التعبير الصوتى جيدا فإنه يجعل النشرة ذات بريق خاص ويضفى عليها جاذبية خاصة، أما إذا كان غير هذا فقد يكون سبباً فى فشل النشرة بصرف النظر عن قيمة ما تقدمه من أنباء. وقد يظن البعض أن «التعبير الصوتى» يعنى جمال الصوت وحلاوته، وهذا غير صحيح، ذلك أن المذيع - بصفة عامة - لا يطلب منه أن يكون صوته جميلاً فهو ليس مطرباً، لكن المطلوب أن يكون

الصوت معبراً.

والمادة الإخبارية لا يمكن نقلها إلى المستمع إلا من خلال الإلقاء الجيد واستخدام التعبيرات الصوتية ذات المعنى الملائم على طريقة الأداء.

والتعبير الصوتى الجيد يؤدى إلى تيسير الفهم والاستيعاب الصحيحين للجمهور، ويتحقق ذلك إذا راعى مقدم النشرة معدل سرعة الإلقاء وتوضيح مخارج الحروف والفصل بين الجمل.

وينبغى أن نؤكد على ضرورة أن تكون تعبيرات الصوت مطابقة لما يتضمنه الخبر من معانٍ ؛ لأن عدم المطابقة قد يثير الاشمئزاز والنفور من جانب المستمع.

٢- البساطة والوضوح:

إن أولى مسئوليات المذيع نحو جمهوره هو أن يعلمه. وحتى يؤدى المذيع هذا الدور يجب أن يكون موضوعياً وصادقاً وأميناً ودقيقاً.

وتحتم كل هذه الصفات أن تكون البساطة والوضوح من أكثر ما يحرص عليه قارئ النشرة. فجمهور نشرة الأخبار جمهور متنوع الثقافة والمستوى التعليمى، ومقدم النشرة - هنا - يستهدف أن يصل إلى كل قطاعات مستمعيه، لذا يجب أن يكون واضحاً وبسيطاً فلا يخطئ ولا يلحن. ونلاحظ أحياناً أن بعض قراء نشرات الأخبار يتصورون أنفسهم دائماً فى حالة حرب، فيلقون الأخبار بطريقة عصبية متشنجة ظناً منهم أن هذا الأسلوب يعطى النشرة أهمية أكبر.. والواقع أن هذا الأسلوب أصبح مجالاً للسخرية والتهكم من جانب الجمهور، فالجدية لا تعنى أن يكون المذيع «متجهماً» طول الوقت. وطبيعة الأنباء التى تحتويها النشرة ليست بالضرورة تحمل الدمار والخراب للمستمعين، بل إن فيها أنباءً سارة وخفيفة ينتظرها الجمهور بشوق. وإذا كانت الأخبار من النوع الجاد والخطير، فإن بساطة المذيع فى تقديمها قد تؤدى إلى إراحة المستمع والتهدئة من روعه بعض الشىء.

٣- التآلف مع القصة الإخبارية:

لا تتولد عوامل الثقة من جانب الجمهور فى المذيع إلا إذا أحس أن هذا المذيع يقدم له الجديد، وأنه مستوعب تماماً لكل ما يقول ويحس به. ويقول خبراء الاتصال: «إن المعنى ما لم يكن واضحاً فى ذهن المذيع، أو أنه أخفق فى نقله بفاعلية من خلال الكلمات التى ينطقها، فإنه لن يتمكن من نقل الأفكار إلى مستمعيه».

إذاً لابدَّ أن يكون مذيع النشرة متعايشاً مع ما فيها من أنباء، ومن الأفضل أن يكون هو محررها، أو أن يشارك فى تحريرها. فقيام المذيع بتحرير النشرة يتيح له الإلمام بموضوعاتها، ومن ثم يكون قادراً على نقلها بطريقة مقنعة مادام قد استوعبها، ثم إن المذيع حينما يحرر الخبر فإنه سيكتبه بالطريقة التى تتناسب مع إلقائه وأدائه.

وإذا لم يكن مقدم النشرة هو محررها، فينبغى أن يطَّلع عليها قبل أن يدخل إلى الاستوديو وبفترة تتيح له قراءتها أكثر من مرة، ومعايشة ما فيها من أخبار حتى يتجنب تلك الأخطاء الفادحة التى يقع فيها كثير من قراء النشرات فى بعض الإذاعات العربية، نتيجة لأنهم يتسلمون النشرة وهم أمام الميكروفون ويبدأون فى قراءتها مباشرة !!

ونشير هنا إلى ضرورة أن يبدى قراء النشرة اهتماماً بما يقرأون من أنباء، فأحياناً نجد بعض قراء النشرات لا يعيرون اهتماماً لبعض الأخبار، أو يقرأون بطريقة (أداء الواجب) دون اكتراث!!

٤- فهم طبيعة التعامل مع الميكروفون:

الميكرفون هو الوسيلة الأساسية لنقل الصوت من داخل الاستوديو، ويعد تعرف المذيع على كيفية وأصول التعامل مع هذا الجهاز من بديهيات العمل الإذاعى.

ولما كانت النشرات الإخبارية من المواد الإذاعية القليلة جداً التى تنفذ على الهواء مباشرة، فإن الأخطاء التى قد يقع فيها مقدم النشرة تكون أخطاء قاتلة ولا يمكن تلافيها بسهولة.

وهناك بعض التعليمات التى يجب مراعاتها من جانب مقدم النشرة:

* يجب أن يجلس المذيع فى الوضع الذى يمكنه من رؤية مهندس الصوت فى غرفة المراقبة، وقراءة النص والتحكم فى الميكروفون وساعة التوقيت فى آن واحد.
* على المذيع أن يلم بالإشارات المتفق عليها، والتى يتم التعامل بها داخل الاستوديو. وأن يكون متابعاً لمهندس الصوت أو مدير الاستوديو.
* على المذيع مراعاة أن أى حركة أو صوت يصدر أمامه سيجد طريقه إلى الميكروفون مباشرة، مما قد يحدث تشويشا لدى الجمهور، لذا فعند تناول الأوراق أو تقليب الصفحات يجب أن يكون المذيع دقيقاً بحيث لا تسبب تلك الحركات أصواتاً تعيب النشرة.
* يجب أن ينظم المذيع عملية التنفس أثناء قراءة النشرة. فلا يفتح فمه بطريقة تظهر انفراج الشفتين المنطبقتين فى كل مرة يبدأ فيها الكلام، لأن هذا الصوت يعيب المذيع.
* يجب أن يلاحظ مقدم النشرة باستمرار ساعة التوقيت الموجودة فى الاستوديو حتى لا يفاجأ بانتهاء وقت النشرة دون أن يدرى.
* أحياناً يتلقى مقدم النشرة - وهو على الهواء - بعض الأخبار الجديدة والمهمة ليقرأها ضمن النشرة، وهنا يجب أن يتعامل معها بثقة ودون ارتباك وأن يكون طبيعياً فى إلقائها.

٥- القبول الجماهيرى:

مقدم النشرة شأنه شأن الآخرين من زملائه العاملين بالإذاعة، مهمتهم نقل وتوصيل المعلومات والأفكار والأحاسيس إلى المستمعين بأكبر قدر من الفعالية والتأثير.

الأخبار التليفزيونية :

تنطبق جميع المبادئ الخاصة بأخبار الراديو على أخبار التليفزيون أيضاً؛ فقد استمد التليفزيون كثيراً من قواعد عمل الراديو منذ البداية لأن العاملين فى التليفزيون عند بدء انتشاره كانوا قد تلقوا تدريبهم فى الراديو، حدث هذا فى الولايات المتحدة لأن الشبكات الإذاعية التى كانت قائمة وقتها فى نفسها التى دخلت مجال التليفزيون. فالمعروف أن شبكات التليفزيون الأمريكية (C.B.S., N.B.C., A.B.C.) تطورت أساساً كشبكات راديو، ولا يزال جزء كبير من استثماراتها حتى الآن موجهًا إلى هذا المجال.

وفى البلدان النامية هى الأخرى عندما يبدأ التفكير فى إدخال التليفزيون، لا يجد المسئولون مفرا من الاعتماد على الإذاعيين لأنهم أقرب الكوادر المتوفرة للقيام بهذا العبء، ومن الصحيح أنهم يتلقون دورات تدريبية تؤهلهم لهذه المهمة، ولكنهم متأثرين بمجال ممارستهم الأساسى. وعلى أية حال، ليس هناك تعارض بين القواعد الأساسية التى تحكم العمل فى الراديو عنها فى التليفزيون، ومن هنا يأتى قولنا: إن هذه القواعد هى نفسها فى الوسيلتين.

ولا يعنى هذا القول عدم وجود فروق بين نشرات الأخبار فى الراديو والتليفزيون، فبينما تعد نشرة الراديو لفترة خمس أو عشر دقائق، تمتد نشرة التليفزيون إلى نصف ساعة. وهناك بالطبع عنصر الصورة المتحركة فى التليفزيون، الأمر الذى يتطلب مهارات إضافية فى الإعداد والإنتاج.

وقد أشار أ.د. سعيد السيد فى كتابه القيم "إنتاج الأخبار فى الراديو

والتليفزيون" (١٩٨٩) إلى بعض الأسس والقواعد الخاصة بكتابة الأخبار التليفزيونية مركزاً على اللقطات وأنواعها واستخداماتها فى الكتابة التليفزيونية، وهو ما يمكن توضيحه، بإيجاز، على النحو التالى:

اختيار اللقطات :

يمكن عرض الفيلم بدون صوت تقريباً لو كان اختيار اللقطات قد تم بعناية، فالمفروض أن الصور تتحدث عن نفسها، ولهذا يجب على المندوب عند تغطيته للقصص الإخبارية أن يتأكد من التقاط الكاميرا ما أمكن من المعانى. وهناك أربعة اعتبارات مهمة يجب مراعاتها فى هذا الصدد.

١- الحركة Action :

يجب على المندوب، بصفة عامة، أن يبحث عن اللقطات التى تظهر العناصر المهمة للحدث. غير أن هناك اعتبارا إضافياً بالنسبة للقيمة الإخبارية للصورة المرئية، ألا وهو مقدار الحركة فى الصورة. ومن المهم للغاية أن تركز أخبار التليفزيون على هذا العنصر المهم لأن التليفزيون وسيلة درامية أولاً، وأخيراً . وأقوى أنواع الدراما هى التى تتضمن حركة.

فصورة أحد المتهمين داخل قفص الاتهام لا تكفى فى حد ذاتها، إذ يجب إظهاره وهو يحاول أن يخفى وجهه من المصورين، أو أثناء تبادل النكات مع المحامين مثلاً. وكذلك فإن منظر ألسنة اللهب بدوره غير كافٍ، ولكن يجب التركيز على رجال الإطفاء وهم يحاولون إخمادها وتساقط بعضهم بسبب الإعياء. وأمثلة كثيرة بحيث يمكننا أن نقول :إنه لا تكاد معظم المواقف تخلو من مشاهد الحركة هذه .

وكثيرا ما يوجه النقد إلى أخبار التليفزيون فى الغرب بأنها تشوه الواقع بسبب مبالغتها فى التركيز على الحركة والعنف والصراع بينما تتجاهل مظاهر الأمن والسلام. والمشاهد بالفعل أنه إذا عرض التليفزيون فيلما عن إحدى

المظاهرات السلمية فإنه يركز على النواحى السلبية فقط من هذه المظاهرة مثل الاشتباكات القليلة التى غالباً ما تلازم هذه التجمعات سواء بين المتظاهرين بعضهم البعض أو بينهم وبين رجال الشرطة. وإذا خلت المظاهرة من مثل هذه الأمور، تركز الكاميرا على بعض المشتركين ذوى المظهر الأشعث أو الشاذ، فيتوه وسط ذلك الهدف الذى قامت من أجله هذه المظاهرة.

والواقع أنه ليس هناك خطأ من إبراز مظاهر الحركة، ولكن يجب فى الوقت نفسه وضع الحدث فى إطاره الصحيح. وليس من الضرورى أن تتسم الصورة بالعنف لكى يكون لها تأثير، فإن عرض مشهد المتهم بإشعال النيران وهى تلتهم المبنى، وله نفس تأثير مشهد أحد الناجين وهو يبكى من الانفعال، إلى آخره. بل على العكس فإن العنف الزائد مكروه على شاشة التليفزيون لأن الهدف هو نقل صورة الواقع، وليس إحداث التوتر فى نفوس المشاهدين.

٢- اللقطات التكميلية Cover Shots :

إن لحظات الإثارة القليلة أثناء المظاهرة ليست وحدها كفيلة بأن تعطى المشاهدين فكرة كاملة عن هذا الحدث؛ فعلى المصور أن يلتقط بالإضافة إليها لقطات أخرى توضح القضية الأساسية وأطراف الصراع، ولقطات توضح زمان ومكان الحدث، وأخيراً لقطات تمهيدية، أى تهيئ لتقديم الحدث.

ومن المعارف الأساسية التى يجب أن تتوفر للمندوب أن يكون على دراية كاملة بأساليب كتابة وتقديم الأخبار لأن ذلك سوف يساعده على اختيار اللقطات التى تظهر ما يريد قوله أو التى تتوافق مع ما يريد الوصول إليه؛ فإلى جانب لقطات الحركة يحتاج إلى لقطات أخرى ليكمل بها تقديم الحدث بالكامل. ففى مثال المظاهرة الذى أشرنا إليه قد يحتاج إلى لقطات توضيح رجال الشرطة وهم يحيطون بالمكان الذى يقصده المتظاهرون، واللافتات التى يحملونها، ويافطات الشوارع التى تبين مسار المظاهرة وغيرها من المشاهد التى تعبر عن عناصر الحدث المختلفة.

وبالإضافة إلى ذلك كله، فإنه من المفيد التقاط مشاهد عامة للمظاهرة لاستخدامها فى ملء بعض الثغرات القليلة التى قد يسببها عدم وجود مشاهد بعينها تتوافق مع التعليق الصوتى المصاحب للفيلم عند عرضه فى شكله النهائى على الشاشة، ولا تعتبر هذه المشاهد بديلاً للمشاهد التى غفل عن التقاطها المندوب والمتعلقة بعنصر أو بآخر من عناصر الحدث، ولكن عدم توافرها قد يحول دون عرض الفيلم الإخبارى بالمرة. فوجود شيء أفضل من لا شيء، وإن كان فى الإمكان تفادى هذه المواقف لو كان لدى المندوب وعى وإلمام تامان بطرق وأساليب تقديم الأحداث.

٣- لقطات رد الفعل Reaction Shots:

لا يكفى لنقل معنى حدث معين أن نقدم وقائع الحدث وحدها، ولا يمكن أن يكون هذا المعنى واضحاً إلا إذا رأى الآثار المترتبة عليه أو رد الفعل الذى يثيره فى الآخرين. وفى هذه الحالة نستطيع أن نقول: إن المشاهد رأى رؤى العين نتيجة الحدث.

وتحقيق ذلك أبسط مما يبدو للوهلة الأولى، والأمثلة التى يمكن تقديمها كثيرة ؛ فمشهد هبوط الزائر الكبير سلم الطائرة يدعمه الحشد الغفير من الجمهور الذى يقف فى المطار ويرفع الأعلام الصغيرة للترحيب به. ألا يضيف المشهد الأخير إلى وصول الزائر معنى للحدث؟ كما أن التقاط مشهد لسيارة محطمة لا يكفى فى حد ذاته للتعبير عن بشاعة حادث التصادم، فوجود سيارة الشرطة والإسعاف، أو عمود النور الذى أسقطته السيارة، أو توقف المرور، كلها أمثلة لمشاهد تضفى معنى للحدث.

على أن وجوه الناس والتعبيرات التى تظهر عليها هى أفضل مرآة لنقل المعانى، ولذلك فإن التقاط لقطات رد الفعل يعنى فى كثير من الأحيان لقطات لأفراد يتجاوبون مع حدث ما أو يظهرون رد فعلهم تجاهه. وأفضل لقطات رد الفعل وأكثرها تأثيراً لقطات كبار السن والأطفال، وليس من قبيل الصدف أن نجد أن أى

معرض للتصوير الفوتوجرافى يضم فى العادة عدداً كبيراً من الصور التى تظهر فيها الشيوخ والأطفال حيث تكون تعبيراتهم أكثر صدقاً وأكثر تأثيراً.

٤- تسلسل اللقطات Sequence :

يرى الناس أى مشهد من المشاهد بترتيب معين، فنحن نرى الشىء العام جداً فى البداية ثم نقترب لنرى بعض التفاصيل، وكلما اقتربنا أكثر رأينا تفاصيل أدق. وبكلمات أخرى، كلما زاد اقتراب الشخص من المكان، اتضح له معنى الحدث، أكثر فأكثر؛ فإذا أردنا على سبيل المثال نقل صورة لمشكلة الفئران التى تهدد بعض مناطق الريف فإننا نبدأ بعرض مشهد عام للريف يليه مشهد لقرية صغيرة، ثم مشهد لشوارع القرية الخالية، وأخيراً مشهد لمجموعة من الفئران فى أحد الأركان. بهذه الطريقة نكون قد مهدنا للدخول فى الموضوع بدون حاجة إلى استخدام تعليق صوتى.

وإذا كانت العين ترى الأشياء المحيطة بها بهذا الترتيب، فإن مندوبى التليفزيون كثيراً ما يتبعون نفس الخطوات عند تسجيلهم للأحداث فهم يبدأون بلقطة عريضة Long Shot لمكان الحادث، ويطلق عليها لقطة تمهيدية Establishing Shot . تحدد هذه اللقطة للجمهور المكان الذى يجرى فيه الأحداث، فإذا كان الحدث قد وقع فى الجامعة فنبدأ بلقطة لأهم معلم من معالمها معروف للجمهور. وتأتى بعد ذلك لقطة متوسطة Medium Shot داخلية للقاعة التى يدور فيها الحدث وهى فى مثالنا قاعة الاحتفالات ، ويظهر فيها بوضوح كافٍ الشخصية الرئيسية فى الحدث. ثم تأتى لقطة قريبة Close Up لهذا المتحدث.

تساعد هذه الطريقة على تقديم القصة الإخبارية بشكل منطقى وبحيث تقود المشاهد خطوة بخطوة نحو المعنى. لاحظ كيف تقول لنا مجموعة المشاهد التالية قصة كاملة بدون احتياج إلى استعمال الكلمات.

مبنى يحترق وسيارة إطفاء	Long Shot
رجال الإطفاء وهم يكافحون الحريق	Medium Shot
قائد المطافى وهو يلقى أوامره	Close Up
عدد من الناجين بملابس النوم	Long Shot
وجه أحد الناجين يبدو عليه الفزع	Close Up
جثث مغطاة بورق الصحف	Medium Shot
أقارب الضحايا يصرخون	Close Up
رجال الإسعاف يحملون الجثث بعيداً	Medium Shot
الدخان يتصاعد من المبنى بعد إخماد اللهب	Long Shot
رجال الإطفاء يستعدون للرحيل	Close Up

المفروض أن مجموعة المشاهد هذه كافية لنقل الحدث بدون الحاجة إلى تعليق صوتى، وهو ما نشاهده بالفعل أحياناً فى التليفزيون عندما يصمت المذيع للحظات ويترك الفيلم بنفسه يروى جزءا من الحدث. والواقع أن إضافة أى تعليق سيكون بمثابة نشاز يقلل من تأثير الحدث على المشاهدين.

يتلقى الطلبة تدريباً مبكراً من هذا النوع عند دراستهم للإنتاج التليفزيونى فأول مشروع عملى يتطلب منهم هو إعداد فيلم صامت يتكون من مجموعة من الكادرات الثابتة التى تروى قصة كاملة، ويسمح لهم باستخدام مؤثرات صوتية قليلة مثل الأصوات الطبيعية والموسيقى التى تساعد على إيجاد الجو الدرامى المناسب. وحتى عند قبول الطلاب لدراسة التليفزيون تجرى لهم مقابلات شخصية ويطلب فيها من كل متقدم أن يكِّون خمسة كادرات ثابتة تحكى قصة قصيرة يحددها لهم المتحنون.

وإذا كنا نتبع هذا التسلسل المنطقى فى رؤية البيئة المحيطة بنا ، فمن باب أولى أن يتم تقديم اللقطات بنفس هذا الترتيب لكى يؤدى الفيلم الدور المطلوب منه لإحداث التأثير المطلوب. أما الاعتماد على التعليقات الصوتية فى التليفزيون فيعنى أن الفيلم قد فشل فى تقديم القصة الإخبارية بطريقة مفهومة ومقنعة للجمهور، وبذلك يكون التليفزيون قد فقد ميزته الرئيسية التى تفضله عن وسائل الإعلام الأخرى.

اللقطات الصوتية المرئية Sound Bites :

تكلمنا حتى الآن عن الفيلم الصامت فقط، ولكن مندوبى التليفزيون كثيراً ما يجرون أحاديث قصيرة مع المسئولين أو يسجلون مقتطفات من تصريحاتهم، تسمى هذه المقتطفات الفيلمية التى تحتوى على عنصر الصوت إلى جانب عنصر الصورة Sound Bites أو Clips أى لقطات صوتية مرئية.

ذلك أن التسجيلات التليفزيونية الإخبارية يجب أن تحتوى على نفس النوعيات من المعلومات مثل تقارير شهود العيان وآراء الخبراء والتعليقات الشخصية، أى المعلومات التى يستطيع صناع الأحداث أو المشتركون فيها تقديمها بشكل أفضل أو أكثر تأثيراً من المندوب أو قارئ النشرة. والمدة التى تستغرقها اللقطات الصوتية المرئيـة فـى التليفزيون هـى نفسها بالتـقريب مـا تستغرقها الـ Actualities فى الراديو أى حوالى ٢٥ ثانية.

تستخدم فى تسجيل اللقطات الصوتية المرئية كاميرا واحدة فى العادة يتم وضعها خلف المندوب بحيث يكون ظهره مواجهاً للكاميرا بينما يظهر وجه المتحدث مواجهاً تماما لها بحيث يكون على مسافة كافية من جانب الكادر ليحتل مركز الاهتمام فى الصورة، أى أنها من نوع اللقطات التى تؤخذ من خلف الكتف، وبهذا فإنه عندما يقول المتحدث شيئاً فإنه يكون ملتفتا للمندوب وموجهاً للكاميرا فى نفس الوقت. أما وضع الكاميرا فى أحد الأطراف فإنه يعطينا بروفيل (صورة لجانب

واحد) للمتحدث والمندوب وهو شكل غير مستحب فى حالتنا هذه، لأنه يعطى انطباعاً بالمواجهة والتحدى.

ويفضل أن تكون اللقطة قريبة Close Up للمتحدث فقط، إذ إنه ليس هناك حاجة ملحة لكى تظهر صورة المندوب وهو يمسك بالميكروفون. ولكن كثيراً من محطات التليفزيون تفضل النوع الأول من اللقطات التى تجمع بين كل من المندوب والمتحدث لكى تثبت لجمهور المشاهدين تواجدها فى مكان الحادث، ولذلك كثيراً ما يتم كتابة رمز المحطة والحروف الأولى من اسمها حول جوانب الميكروفون الذى يمسك به المندوب حتى تظهر واضحة على الشاشة، وهو أسلوب دعائى فج حيث يمكن تحقيق نفس الهدف بوسائل أقل ظهوراً.

اللقطات الوسيطة Cut Aways:

يتمثل حل مشكلة القفزات البصرية فى إحلال لقطة أخرى محل الجزء الذى تم استبعاده من الشريط. تسمى هذه اللقطة Cut Aways بمعنى أنها تقطع المشهد لثوانٍ قليلة بعيداً عن المتحدث الذى يظهر فى المشهد. واللقطات الوسيطة هذه نوعان هما:

(أ) اللقطة العكسية Reverse:

فلقطة للمندوب يلقى سؤالاً يمكن أن تستخدم كلقطة وسيطة. وفى هذه الحالة لن نجد هذه القفزة البصرية بين مشهدى الحدث لأنهما لا يتبعان أحدهما الآخر. ولكن السؤال هو كيف يمكن أن نلتقط صورة للمندوب وهو يواجه الكاميرا بينما أشرنا إلى أنه يعطى لها ظهره ليمكن التركيز على وجه المتحدث، طالما أن وجه المندوب ليس له قيمة إخبارية. يتلخص التكنيك المستخدم فى هذه الحالة فى أنه بعد تسجيل الحديث كله، يجرى تصوير للمندوب مرة أخرى وهو يلقى أسئلته، ولكنه فى هذه الحالة يكون مواجهاً للكاميرا. وتسمى هذه اللقطات باللقطات العكسية لأن المندوب يظهر فيها على عكس الطريقة التى ظهر فيها فى اللقطات الأصلية.

على أننا يجب أن نحذر هنا من أن بعض المندوبين يعمدون إلى إعادة صياغة أسئلتهم عند تصوير اللقطات العكسية بشكل يظهر إجابات المتحدث بمعنى مختلف، وهذا شيء غير أخلاقى بالطبع ويهدف المندوب من ورائه إلى جعل التسجيل أكثر إثارة. أما إذا افترضنا حسن النية فالنتيجة واحدة فى النهاية، ولهذا يجب عند تسجيل اللقطات العكسية أن تكون الأسئلة مطابقة تماماً لتلك التى تم طرحها فى المرة الأولى ليس فقط من ناحية الكلمات ولكن من حيث طريقة النطق وإلقاء الأسئلة ؛ ذلك أن طريقة الإلقاء فى حد ذاتها توحى بمعانٍ مختلفة، فقد تكون فيها نبرة سخرية أو حدة أو نفاق أو استفزاز.

(ب) اللقطات الصامتة Video-only:

والطريقة المفضلة لتجنب هذه المشكلات هى استخدام مشهد صامت للمندوب وهو يومئ برأسه مثلاً، أو مشهد لبعض الحاضرين أو يد المتحدث وهى تنقبض بعصبية أو ما شابهها. وفى نفس الوقت يستمر التسجيل الصوتى كما هو بدون انقطاع، بمعنى أن صوت المتحدث يكون مستمراً أثناء عرض هذا النوع من اللقطات الوسيطة.

ويجب على المندوب أن يتأكد من أن المصور قد قام بالتقاط لقطة أو اثنتين على الأقل من هذا النوع لاستخدامها عند الحاجة. وليست اللقطات الصامتة خالية بالضرورة من المعانى، فمن الممكن أن تظهر شيئاً يتعلق بموضوع الحديث؛ فإذا كان الموضوع يدور حول مشكلة اختفاء إحدى السلع التموينية، فإن مشهداً للجمهور وهم يتدافعون للحصول على هذه السلعة سيكون له بالتأكيد معنى، ونكون بذلك قد دعمنا الخبر، أو أبرزنا المشكلة بطريقة أكثر وضوحاً.

اللقطات التقريرية Stand Up:

إذا كانت اللقطات الصوتية المرئية فى التليفزيون تشبه الصورة الصوتية الواقعية Actuality فى الراديو، فإن اللقطة التقريرية مساوية للتقرير الوصفى أو التحليلى فى الراديو، ففى بعض الأحيان يظهر المندوب على الشاشة وهو واقف فى

مكان الحدث ويدلى بتقريره عن بعض جوانب هذا الحدث. ويطلق على اللقطات التقريرية هذه Stand Ups لأنها تظهر المندوب واقفاً فى موقع الحدث.

وتعد هذه اللقطات فى مكان الحدث، حيث يفضل أن يرتجل المندوب تقريره من الذاكرة بدون الاستعانة بأوراق يقرأ منها، ولذلك يجب عليه أن يحفظ غيباً ما يريد قوله قبل أن يلقيه أمام الكاميرا؛ ولأنه يتم تسجيل اللقطات التقريرية فى الموقع، فإن ذلك يعنى أنه لن يتم كتابة بقية القصة الإخبارية قبل الرجوع إلى مبنى التليفزيون. ويلقى ذلك عبئاً ثقيلاً على المندوب لأن عليه أن يسجل تقريره أمام الكاميرا قبل الانتهاء من كتابة القصة الإخبارية بالكامل.

يستتبع ذلك أن تحتوى اللقطات التقريرية على عناصر قليلة فقط من القصة الإخبارية، لأنه لو كان يحتوى على جميع العناصر فإن مهمة الإعداد فى مكان الحدث تصبح مستحيلة تماماً حيث لا تتوافر الظروف الملائمة لذلك. كما سيكون من أصعب الأمور أن نجعله يتوافق تماماً مع بقية القصة الإخبارية التى يتم إعدادها فى شكلها النهائى واعتمادها فى الإدارة، ناهيك عن صعوبة حفظ التقرير بأكمله لكى يتمكن من ارتجاله أمام الكاميرا. وتستلزم هذه الاعتبارات كلها أن تتسم اللقطات الإخبارية بالبساطة من حيث المحتوى.

وتكمن قيمة اللقطات التقريرية فى إثبات تواجد المحطة فى مكان الحدث، ولذلك يسمح للمندوب باستخدام صيغة المتكلم المفرد كما هو الحال فى التقارير الوصفية الخاصة بالراديو. ويقوم بعض المندوبين بتسجيل أكثر من لقطة تقريرية فى نفس الوقت للحدث الواحد حيث يتم التأكيد على عناصر مختلفة فى كل مرة. ويساعد ذلك على اختيار أنسب تسجيل منها من ناحية توافقه مع الشكل النهائى الذى ستذاع عليه القصة الإخبارية على الشاشة. والجهد الإضافى هذا الذى يقوم به المندوبون يهدف إلى ضمان إذاعة القصص الإخبارية التى قاموا بتغطيتها، إذ لو اقتصروا على تقديم تسجيل واحد فقد لا يتوافق مع منظور المسئولين فى إدارة الأخبار للعرض.

ولأن اللقطات التقريرية يجب أن تتسم بالبساطة الشديدة -كما أشرنا- فإن عرضها على الشاشة يستغرق فترة قصيرة قد لا تزيد عن عشرين ثانية أو نصف دقيقة فى أفضل الأحوال. وقد يتطلب الأمر أحياناً أن تزيد المدة عن ذلك إذا كان الخبر يتصف بشىء من التعقيد ويحتاج بذلك إلى شرح وتفسير كافيين.

ويعتبر المندوب هو العنصر الرئيسى فى اللقطات التقريرية، وهو فى ذلك يشبه قارئ النشرة من حيث عدم استغلال إمكانيات الوسيلة حيث إنه ليس لظهور أيهما أمام المشاهدين قيمة إخبارية أو إضافة للحدث. ولذلك يجب إدخال عنصر بصرى آخر حتى تكون الصورة أكثر جاذبية، ويتم ذلك باختيار الخلفية بعناية. فإذا كان موضوع التقرير يتناول أحد المؤتمرات مثلاً، فإن على المندوب أن يواجه الكاميرا وظهره إلى قاعة الاجتماعات التى يعقد فيها هذا المؤتمر، وإذا كان الموضوع متصلاً برئيس الدولة فإن مبنى الرئاسة كخلفية يؤدى الغرض.

ويستخدم الزووم بكثرة فى اللقطات التقريرية، فإذا كان المندوب يتحدث عن مظاهرة، فإنه يبدأ بلقطة نصفية Medium Shot للمندوب ثم تتسع اللقطة بالتدريج Zoom out لتظهر صورة المتظاهرين، أو قد يتم العكس، فقد يبدأ المشهد بلقطة عريضة Long Shot لمكان الحدث بأكمله ثم تضيق الصورة بالتدرج Zoom in ليبدأ المندوب فى شغل مساحة أكبر من الشاشة وهو يلقى تقريره.

ويمكن تقسيم اللقطات التقريرية إلى ثلاثة أنواع متميزة كالتالى:

١- اللقطات الافتتاحية Openers:

وهى لقطة تقريرية يبدأ عرض القصة الإخبارية بها، وهى تستخدم بشكل خاص مع الأخبار الاقتصادية والتحليل السياسى حيث يصعب الحصول على أفلام جيدة لهذه الفئات من الأخبار. كما تستخدم أيضاً فى حالات الإذاعة الحية للتأكيد على تواجد مندوب المحطة فى موقع الحدث.

غير أن هذا النوع من اللقطات التقريرية نادراً ما يستخدم فى غير الحالات

المشار إليها، حيث لا تعتبر استهلالاً قوياً للخبر من شأنه جذب انتباه المشاهد. وهذا التفسير منطقى حيث يتوافق مع ما سبق أن أشرنا إليه أن اللقطات التقريرية التى يظهر فيها المندوب ليس فيها إضافة تذكر لأنها لا تستغل إمكانيات التليفزيون.

٢- لقطات الربط Bridges :

يمكن استخدام اللقطات التقريرية فى منتصف القصة الإخبارية كنوع من الربط بين أجزائها والانتقال من الجزء الأول إلى الجزء المتبقى. وهذا النوع بدوره نادر الاستعمال لأنه من الصعوبة بمكان إعدادها بطريقة مناسبة لتوضع فى منتصف قصة إخبارية لم يكتمل إعدادها أو كتابتها بعد. كذلك فإنه عادة ما يكون هناك لقطات أنسب لاستخدامها فى هذا المكان.

وعلى أية حال، فإن تسجيل لقطات الربط هذه لا يتطلب استخدام قدر كبير من شريط الفيديو Video Tape، ولا بأس من محاولة تسجيلها، فقد يتم استخدامها إذا كانت مناسبة بما فيه الكفاية. وأنجح لقطات الربط هى التى يظهر فيها المندوب وهو يشرح للمشاهدين أو يريهم شيئاً له علاقة وثيقة بالقصة الإخبارية، مثل الطريقة التى قام الإرهابيون باستخدامها لتهريب الأسلحة إلى داخل الطائرة لاختطافها، أو النافذة الخلفية التى دخل منها اللصوص لسرقة ملفات القضايا من إحدى المحاكم، وما شابه ذلك من المواقف.

٣- اللقطات الختامية Closes :

تظهر اللقطات التقريرية فى الغالب فى نهاية القصة الإخبارية، ولكنها يجب أن تتضمن عنصراً إضافياً للخبر أو حقيقة جديدة، أو الرأى الآخر إذا تعلق الأمر بموضوع خلافى، ولكنها تستخدم أكثر ما تستخدم لتأكيد العنصر الرئيسى فى القصة الإخبارية لتثبيت الانطباع الذى ترمى النشرة إلى إحداثه.

الإعداد النهائى للخبر:

تتراوح المدة التى يستغرقها الخبر فى التليفزيون ما بين دقيقة ونصف ودقيقتين، فهو بذلك يزيد كثيراً عن مثيله فى الراديو. ومن هنا تتسم عملية الإعداد النهائى للخبر التليفزيونى، أى عملية الإيديتنج، بدرجة كبيرة من التعقيد.

عادة ما يبدأ المندوبون فى كتابة نص الخبر أثناء عودتهم لكى يتناسب هذا النص مع الفيلم الذى تم تسجيله. وفى أحيان قليلة تتم عملية الإيديتنج للفيلم أولا ثم تتم كتابة النص ليتوافق مع الفيلم بعد إعداده. ومهما يكن الترتيب فإن مضمون الخبر لا يجب أن يتأثر حيث تقوم الصور المرئية بمهام محددة، كما يجب أن تتم كتابة النص وفقاً لمعايير خاصة.

فإذا كتب النص أولاً فيجب على من يعده، سواء أكان المندوب نفسه أم أى شخص آخر متخصص فى الكتابة توكل إليه هذه المهمة، أن يعرف على وجه التحديد مضمون اللقطات المتوفرة، وأن يضع ذلك فى حسبانه قبل بدء الكتابة. أما إذا تم إجراء الإيديتنج على الفيلم، أى انتقاء اللقطات وتسلسلها وأدوات الانتقال المستخدمة لربطها بحيث تشكل بناءً كلياً متكاملاً، فإن عملية كتابة النص يجب أن تتوافق مع محتوى الفيلم بحيث لا يظهر الفيلم شيئاً معيناً بينما يتحدث النص عن شىء آخر.

يسمى كل مقطع Cut باللغة الإنجليزية وهى تختلف عن Shot التى تعنى مجرد لقطة، أما المقطع فيشمل مجموعة من اللقطات التى قد تكون زاوية التقاط بعضها مختلفة، ولكنها تظهر نفس الموضوع. وعلى ذلك إذا كان الفيلم يحتوى على عدد من اللقطات مدتها عشر ثوانٍ لأحد الأشخاص فإن ذلك يمثل مقطعاً، ومجموعة أخرى تستغرق خمس ثوان لشخص مختلف، فيكون لدينا مقطع ثان. ويحتوى أى فيلم إخبارى فى العادة على ثلاثة مقاطع أو أكثر، ولكن قد تحتوى بعض الأفلام على مقطع واحد فقط.

يجب أن يتم عرض كل مقطع على الشاشة مدة كافية لكى يمكن للمشاهد استيعابه، وكلما زادت كمية المعلومات التى يحتويها المقطع كان من الضرورى زيادة مدة عرضه، فالمقطع الذى يظهر شخصين يجب أن يعرض مدة أطول من ذلك الذى يبين شخصاً واحداً فقط، والمعلومات التى تحتويها اللقطة البعيدة Long Shot أكثر من تلك التى تبينها لقطة قريبة Close Up، وبالتالى فإن مدة عرض اللقطة الأخيرة أقل. وكذلك فإن اللقطات التى تتضمن حركة يجب أن تعرض مدة أطول لأنها أقدر على جذب انتباه المشاهد من اللقطات الثابتة.

وهناك بالطبع اعتبارات أخرى تتدخل فى مدة عرض كل مقطع، فبعضها يتم عرضه مدة أطول لمجرد أن التعليق الصوتى يستغرق بعض الوقت وليس لأنها تحتوى على معلومات كثيرة أو لها قيمة خاصة. وكذلك فإن المقاطع التى تظهر عليها بعض الكلمات أو الجمل تعرض لمدة تكفى لكى يقرأها المشاهد.

وبهذا المفهوم فإن لافتة مرورية تمنع انتظار السيارات لا يجب أن تستغرق أكثر من ثلاث ثوان بينما لافتة أخرى تحذر الأجانب من الخروج عن الطريق الرئيسى يجب أن يخصص لها وقت مضاعف. ولكن القاعدة العامة تقول بأن أى مقطع مهما كانت قيمته أو كمية المعلومات التى يحتوى عليها لا يجب أن تزيد مدة عرضه على الشاشة عن ١٢ ثانية.

وهناك بالإضافة إلى هذه المبادئ مجموعة قواعد أخرى خاصة بترتيب المقاطع والاستمرارية البصرية، نوجزها فيما يلى:

(أ) ترتيب عرض المقاطع Order :

تتركز المهمة الأساسية للفيلم فى نقل معلومات للمشاهد. ولذلك يجب ترتيب المقاطع الفيلمية بنفس الطريقة التى يتم بها ترتيب الجمل والفقرات عند كتابة الأخبار فى الصحف المطبوعة؛ على سبيل المثال إذا كانت الفقرة المكتوبة تقدم العديد من التفاصيل دفعة واحدة وفى مساحة قصيرة فإنها تقتل الخبر، وكذلك إذا

كانت الفقرة الواحدة تحتوى على العديد من الجمل الطويلة فإنها تجعل الخبر مملاً. وعلى نفس النسق فإن المقاطع الفيلمية إذا كانت مزدحمة فمن شأنها إرباك المشاهد، وإذا احتوى الخبر على العديد من المقاطع الطويلة فمن شأنها إملال المشاهد، ولذلك فمن الضرورى تنويع طول المقاطع الفيلمية بنفس درجة طول الفقرات المطبوعة.

وكذلك فإن القاعدة القائلة بأن القصة الخبرية لا يجب أن تتناول إلا موضوعاً واحداً فى وقت واحد تنطبق على الفيلم الإخبارى. فليس هناك معنى مثلاً لبعثرة العديد من لقطات التغطية Cover Shots لرجال الشرطة على مدى فيلم يعرض إحدى المظاهرات. فقدرة المشاهد على الفهم تزداد إذا عرضت عليه قضية واحدة، أو مسألة واحدة فى المرة. والأفضل فى حالة هذا المثال أن نقوم بتجميع لقطات رجال الشرطة ووضعها معاً ، وإذا لم يتم هذا فى الفيلم فإن معنى ذلك أن النص نفسه سيعانى من بعثرة المقاطع هذه، بمعنى أنه لن يكون هناك توافق بين ما يعرضه الفيلم وما يقوله التعليق.

وكما يحتوى النص على مقدمة، فإن الفيلم يجب أن يحتوى على لقطة تمهيدية Lead Shot. وهناك رأى يقول بأن الفيلم يجب أن يبدأ بأفضل وأقوى مقطع تم تسجيله. فالخبر الخاص بالحريق يجب أن يبدأ بمنظر الضحايا، والمظاهرة يجب أن تبدأ بالتشابك. والدافع وراء هذا الرأى بطبيعة الحال هو جذب انتباه المشاهد بشدة من الوهلة الأولى.

غير أن هناك رأياً مخالفاً يؤكد على أن الفيلم يجب أن يبدأ بلقطة أكثر نعومة تقود المشاهد إلى قلب القصة الإخبارية، بمعنى أنه يجب عدم مفاجأة المشاهد بل من الضرورى تهيئته للدخول فى القصة الإخبارية، فالفيلم الخاص بالحريق يجب أن يبدأ بعربات الإطفاء مثلاً.

ولكل من الرأيين وجاهته، ولكننا نرى أن اتباع أى من الأسلوبين يتوقف على الجو العام السائد فى كل فترة زمنية على حدة؛ ففى الأوقات التى تتسم بالإثارة

الجماعية والتطور السريع للأحداث لا يصلح أسلوب التقديم الهادئ، كما أن خلق التليفزيون للإثارة بدون داع فى الأوقات التى تتميز بالركود الإخبارى أمر لا يتفق مع ظروف الزمان والمكان. على أى حال، فإن أسلوب التقديم مسألة تتعلق فى الأساس بالتوجه الأساسى Orientation للوسيلة الإعلامية.

هناك قواعد أخرى خاصة بترتيب المقاطع عرضنا لها فى الصفحات السابقة مثل الترتيب المنطقى الذى ترى به العين أى مشهد من المشاهد، وأهمية لقطات رد الفعل Reaction Shot لتوضح معنى الحدث وأثره، وكلها قواعد لها أهميتها ويجب مراعاتها جميعاً عند ترتيب عرض مقاطع الفيلم الإخبارى بحيث يؤدى وظيفته بشكل مرضٍ.

(ب) الاستمرارية البصرية Visual Continuty:

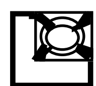
يحدث فى بعض الأحيان أن نرى مقطعاً يظهر أحد الوزراء وهو يرتدى نظارته، ومقطعاً آخر وهو بدون نظارة وليست هناك مشكلة إذا كان المقطعان متباعدين. ولكن إذا جاء الواحد بعد الآخر فإن المسألة تصبح غير مقبولة لأن المشاهدين سيتساءلون ماذا حدث فجأة. ومثل هذا الأمر لن يفوت على المشاهد، ولذلك يجب تجنبه تماماً. فكما ينطبق مبدأ القرب Proximity على المكان، فإنه ينطبق بنفس الدرجة على الزمان، ومن هنا تأتى أهمية العناية بالاستمرارية البصرية للمقاطع المتتالية.

فإذا كانت هناك عربة منطلقة فى إحدى المقاطع، لا يجب أن تظهر فى المقطع التالى وهى ثابتة. والمخرج من هذه المشكلة سهل ويتلخص فى أن نترك العربة تخرج من إطار الصورة Frame ، فيمكن إذا تم عرض المقطع التالى لها وهى ثابتة أن يستنتج المشاهد أنها وقفت بعد خروجها من الإطار. وهناك حل آخر وهو أن نضع لقطة وسيطة بين المقطعين السابقين.

إن ما نريد أن نصل إليه أن هناك باستمرار أكثر من حل واحد لأى مشكلة،

والمسألة تحتاج لبعض الخيال. ولكننا لا نستطيع أن نعرض حلولاً جاهزة لكل موقف لأن مخزون المواقف لا نهائى. وهناك على أى حال مجموعة مبادئ متفق عليها يمكن أن تساعد على إيجاد الحل المناسب. والنقطة التالية التى نريد التأكيد عليها هى عدم الاستهانة بعقلية المشاهد وذكائه. فهناك تجاوزات كثيرة تحدث فى الأفلام الإخبارية بحجة عدم اتساع الوقت، وهى حجة واهية فى الأساس لأنه بشىء من التنظيم والالتزام سنجد أن هناك دائماً متسعاً زائداً من الوقت. والسماح بهذه التجاوزات بأمل أن المشاهد لن ينتبه إليها أو أنها ستمر عليه، هو من قبيل الوهم لأنه لدى كل شخص عين ناقدة ترى عيوب الآخرين وإن كانت لا تدرك عيوب صاحبها، والمشاهد أذكى مما نتصوره أو نصوره لأنفسنا وهو الحكم النهائى على عملنا.

ملخص الوحدة الخامسة



- لكى تحقق الأخبار الهدف منها لابدَّ وأن يتوافر فى الخبر أربعة عوامل رئيسية هى: الدقة، والسرعة، والوضوح، والموضوعية.
- توجد عدة اعتبارات ينبغى مراعاتها فى لغة الأخبار الإذاعية منها:
  * يجب أن تكون جمل الخبر قصيرة.
  * يجب أن تكون الجمل مباشرة.
  * يجب حذف الجمل الاعتراضية قدر الإمكان.
  * تجنب استخدام الكلمات الغامضة.
  * تجنب استخدام ضمير الغائب.
  * الابتعاد عن استخدام العبارات والمصطلحات الفنية.
- يجب، بصفة عامة، أن تكون مقدمة الخبر موجزة ومركزة.
- المادة الإخبارية لا يمكن نقلها إلى المستمع إلا من خلال الإلقاء الجيد واستخدام التعبيرات الصوتية ذات المعنى الملائم على طريقة الأداء، ويلعب الصوت وطريقة الأداء دوراً مهماً فى إضفاء الحيوية على نشرة الأخبار، فإذا كان التعبير الصوتى جيداً فإنه يجعل النشرة ذات بريق خاص ويضفى عليها جاذبية خاصة.
- تنطبق جميع المبادئ الخاصة بأخبار الراديو على أخبار التليفزيون أيضاً، فقد استمد التليفزيون كثيراً من قواعد عمل الراديو منذ البداية، لأن العاملين فى التليفزيون عند بدء انتشاره كانوا قد تلقوا تدريبهم فى الراديو.
- لا يعنى ما سبق أنه ليس هناك فروق بين نشرات الأخبار فى الراديو

والتليفزيون، فبينما تعد نشرة الراديو لفترة خمس أو عشر دقائق، تعد نشرة التليفزيون لفترة أطول ،وهناك بالطبع عنصر الصورة المتحركة فى التليفزيون، الأمر الذى يتطلب مهارات إضافية فى الإعداد والإنتاج وفى الكتابة وأساسها اللغة.

- فى الأخبار التليفزيونية يمكن عرض الفيلم بدون صوت تقريباً لو كان اختيار اللقطات قد تم بعناية، فالمفروض أن الصور تتحدث عن نفسها.
- فى الأخبار المصورة يجب أن يتم عرض كل مقطع Cut على الشاشة مدة كافية لكى يمكن للمشاهد استيعابه، وكلما زادت كمية المعلومات التى يحتويها المقطع كان من الضرورى زيادة مدة عرضه؛ فالمقطع الذى يظهر شخصين يجب أن يعرض مدة أطول من ذلك الذى يبين شخصاً واحداً فقط، واللقطات التى تتضمن حركة يجب أن تعرض مدة أطول لأنها أقدر على جذب انتباه المشاهد من اللقطات الثابتة.

أسئلة على الوحدة الخامسة

؟

س١: اذكر أهم العناصر اللغوية الواجب توافرها فى الأخبار الإذاعية.

س٢: اذكر أهم الاعتبارات الواجب مراعاتها لتحقيق الاختصار والإيجاز.

س٣: وضح أهم الاعتبارات المحققة للبساطة والوضوح فى لغة الأخبار.

س٤: اكتب مذكرات مختصرة عن:

- أهم خصائص مقدم النشرة الإخبارية فى الراديو.
- أهم القواعد المحددة لكتابة الأسماء فى الأخبار.
- قواعد اختيار اللقطات فى الأخبار المصورة.

س٥: عرِّف المصطلحات التالية:

- اللقطات التكميلية.
- لقطات رد الفعل.
- اللقطات الصوتية المرئية.
- اللقطات العكسية.

س٦: اذكر ما تعرفه عن:

(أ) ترتيب عرض المقاطع فى الأخبار المصورة.

(ب) مفهوم الاستمرارية البصرية.

س٧: اشرح مكونات الخبر الإذاعى .

مراجع الوحدة الخامسة

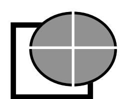
(١) سعيد محمد السيد (١٩٨٩): ***إنتاج الأخبار فى الراديو والتليفزيون***.القاهرة، عالم الكتب.

(٢) سامى الشريف (١٩٨٩): ***النشرات الإخبارية فى الإذاعات العربية (المحتوى والشكل)***. القاهرة: دار الوزان للطبع والنشر.

(٣) سوزان القلينى، هبة السمرى (١٩٩٣): ***إنتاج البرامج للراديو والتليفزيون***. القاهرة، مكتبة الشباب.

(٤) فوزية فهيم (١٩٧٨): ***الأخبار فى الصحافة الإذاعية***، مجلة الفن الإذاعى، العدد ٧٩. القاهرة، أبريل ١٩٧٨.

(٥) كرم شلبى (١٩٨٥): ***الخبر الإذاعى،فنونه وخصائصه فى الراديو والتليفزيون***. جدة، دار الشروق.



الوحدة السادسة

لغة الصحافة

الأهداف السلوكية :

بعد دراسة الدارس لموضوع الوحدة، يجب أن يكون قادراً على أن :

١-يتعرف على موقع اللغة الصحفية بين أنواع النشر المختلفة.

٢- يبين أهم خصائص اللغة الصحفية.

٣- يحدد مفهوم التحرير الصحفى كأحد انعكاسات اللغة الصحفية وأهدافه.

٤- يحدد مكونات الأسلوب الإعلامى البليغ.

٥- يبين المستويات التحريرية للأسلوب الصحفى .

٦- يذكر خطوات التحرير الصحفى.

العناصر :

- موقع اللغة الصحفية بين أنواع النشر المختلفة.
- التحرير الصحفى كأحد انعكاسات اللغة الصحفية.
- الأسلوب الصحفى.
- خطوات التحرير الصحفى.

الوحدة السادسة

لغة الصحافة

مقدمة :

لعل نظرة إلى تاريخ الصحافة بصفة عامة والصحافة المصرية بوجه خاص - وعلى حد تعبير ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين (٢٠٠٤) - تؤكد لنا أنه كانت هناك لغة خاصة بالصحافة، وأن هذه اللغة الصحفية قد تميزت بالسمات التالية:

أولاً: أن هذه اللغة قد عكست الواقع الاجتماعى والحضارى واللغوى الذى يعيشه المجتمع، فلغة صحيفة الوقائع المصرية يظن من يقرأها أن القائمين عليها من الأعاجم، وليسوا عربا، ولغة الصحافة فى الثورة العرابية خطابية تعتمد على إثارة الشعور وإلهاب العواطف، وهى لغة تستخدم الألفاظ الطنانة الرنانة وتمثل واقع الثورة العرابية وظروفها.

ثانياً: أنها - أى لغة الصحافة - كانت مرآة بينت تطور أساليب الكتابة العربية وعكست صورة صادقة لحركة التطور الاجتماعى والأدبى واللغوى. فصحف القرن التاسع عشر فى مصر تبين لنا كيف تطور الأسلوب من المحسنات اللفظية والألفاظ الغريبة وركاكة الأسلوب إلى الوضوح والبساطة والأدلة المنطقية.

كما برزت فى النصف الأول من القرن العشرين مجموعة من المجلات الأدبية والثقافية أثْرت لغة الصحافة وأثْرت لغة الأدب، وكان لها أثر عظيم فى النهضة الأدبية واللغوية فى الوطن العربى.

وبرزت فى النصف الثانى من القرن العشرين لغة الخبر والجملة القصيرة فى الصحافة، والتى تجسدت وتأصلت على يد صحيفة أخبار اليوم الأسبوعية التى صدرت فى ١١ نوفمبر ١٩٤٤.

موقع اللغة الصحفية بين أنواع النثر المختلفة :

لقد عرف النقاد العرب النثر بأنه الكلام المرسل من قيود الوزن والقافية وهو تعريف مبسط ومباشر، وقسموا هذا النثر إلى ثلاثة أنواع هى:

١- النثر العادى:

وهو الذى يستخدمه عامة الناس فى لغة تخاطبهم العادية دون أن يحفلوا به، أو يقصدوا فيه إلى شىء من الروية أو التفكير أو الزخرف، إنما يرسلونه مباشرة لمجرد التعبير عن حاجاتهم المختلفة، وهذا النوع من النثر يتمثل فى لغة التخاطب اليومى.

٢- النثر العلمى:

وهو الذى تصاغ به الحقائق العلمية لمجرد إبرازها والتعبير عنها دون عناية بالناحية الفنية.

٣- النثر الفنى:

وهو الذى يرتفع به أصحابه عن لغة الحديث العادية، ولغة العلم الجافة، إلى لغة فيها فن ومهارة وروية، ويوفرون له ضروباً من التنسيق والتنميق والزخرف، فيختارون ألفاظه، وينسقون جمله، وينمقون معانيه.

فيكون النثر الفنى بهذا المعنى لوناً جميلاً من الفن للتعبير عن خلجات النفس، وومضات العقل، ونظرات الشعور، وهو يستخدم ألواناً من الطاقات الفنية المختلفة من حيث العناية باختيار الألفاظ وتركيب الجمل وما شابه ذلك. وهو يوفر للمُستقبِل ما توفره الفنون الأخرى كالموسيقى والرسم والشعر من ضروب الإمتاع الفنى ، ويتحقق فى النثر الفنى التفكير من ناحية والجمال من ناحية أخرى.

والتحرير الصحفى - كفن كتابى ينتمى إلى نوع رابع من النثر، أضافه أساتذة الصحافة والأدب إلى أنواع النثر التقليدية (العادى، العلمى، الفنى) هو النثر العملى أو الصحفى ، وقد أضيف هذا النثر وبرز بعد ظهور الصحافة فى القرن

التاسع عشر، وقالوا إن هذا النثر يقف فى منتصف الطريق بين النثر الفنى أى لغة الأدب، وبين النثر العادى أى لغة التخاطب اليومى.

فالتحرير الصحفى إذاً كعملية فنية كتابية - يتضمن اختياراً أسلوبياً هو النثر العلمى أو الصحفى، الذى يقف فى منتصف الطريق بين النثر الفنى أى لغة الأدب وبين النثر العادى أى لغة التخاطب اليومى، وله من النثر العادى ألفته وسهولته وبساطته ومباشرته وشعبيته، وله من النثر الفنى حظه من التفكير وحظه من عذوبة التعبير، ولعله انطلاقاً من ذلك المفهوم للنثر العلمى أو الصحفى أن اطلق عليه بعض أساتذة الصحافة وصف الأدب العاجل.

وتوجد مجموعة من الخصائص لابدَّ من توافرها فى اللغة الصحفية، على النحو الذى أشار إليه د. محمود خليل (١٩٩٨) منها:

١- **البساطة:** فأسلوب الكتابة الصحفية لابد أن يكون مفهوماً للقراء؛ ويتحقق ذلك باستخدام لغة سهلة نبلغ بها المعنى دون الحاجة إلى استخدام الكلمات الصعبة غير المألوفة والتى تصد القارئ عن القراءة. والبساطة لا تعنى الانزلاق إلى استخدام اللغة العامية لأن الكاتب فنان قبل كل شىء والعامية تخلو من الفن.

٢- **الدقة والتجسيد:** فقد تؤدى البساطة إلى الوضوح ولكن الدقة والتجسيد ضروريان أيضاً لأنهما يمنعان الوقوع فى مزالق الثرثرة والضياع فى متاهات المفردات الغيبية، وتكون الدقة فى اختيار الكلمات المناسبة التى تعبر عن الوضع أو الحالة النفسية أو الحقيقة تعبيراً مباشراً والتى تسمح بالتداخل بين معنيين أو أكثر أو بالارتباك فى اكتشاف المدلول الواحد.

٣- **السلامة اللغوية:** بمراعاة القواعد السليمة للإملاء والتطبيق الدقيق لقواعد النحو والصرف وحسن استخدام علامات الترقيم. فالأسلوب الصحفى يجب أن يلتزم بكافة قواعد وأصول اللغة.

٤- **هناك قواعد لغوية معينة** لابد أن تحكم الأسلوب الصحفى؛ كاستخدام الأفعال المبنية للمعلوم بدلاً من الأفعال المبنية للمجهول، واستخدام الجمل القصيرة بدلاً من الجمل الطويلة، والجمل البسيطة بدلاً من المعقدة والمركبة، والابتعاد عن الجمل الاعتراضية، بالإضافة إلى ضرورة الابتعاد عن المصطلحات الغامضة التى تربك القارئ.

ولابد أن يحتفظ الكتاب الصحفيون للأسلوب الصحفى بهذه الخصائص لسببين:

١- عامل السرعة: فالسرعة فى الحياة اليومية جعلت من الصعب على الصحفى أن يجد الوقت اللازم لكتابة الخبر الصحفى كتابة أدبية وكان عليه أن يكتبها بأقوى وأسهل أسلوب، فإعداد المادة الصحفية يتم فى ضيق من الوقت خاصة الأخبار التى تقل قيمتها إذا لم يتم نشرها بسرعة.

٢- العامل الثانى يتصل بالجمهور نفسه وهو يتصل أحياناً بطريق غير مباشر بعامل السرعة أيضاً، فالكثير من القراء يريدون أن تقدم لهم الأخبار فى أسلوب سهل لا يدعو إلى تعمق فى التفكير فى معنى من المعانى، وإلى جانب ذلك فإن غالبية القراء من أواسط المثقفين قد لا يفهمون الأسلوب الصعب والغامض.

التحرير الصحفى كأحد انعكاسات اللغة الصحفية:

يشكل التحرير الصحفى أو عملية الكتابة الفنية للصحيفة - جريدة كانت أو مجلة - المرتكز الرئيسى والعنصر الأساسى فى المزيج الإبداعى الصحفى الذى يضم إلى جانبه التصوير الصحفى والرسوم والإعلان الصحفى ثم الإخراج الصحفى، فبدونه لا تتوافر أداة لعرض المحتوى الصحفى بشكل جذاب وبسيط وسهل ومقروء للقراء.

وقد أورد كل من ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين تفصيلاً لهذا المفهوم فى كتابهما فن التحرير الصحفى (٢٠٠٤) ، حيث ذكرا عدة مفاهيم للتحرير الصحفى ولعلاقته باللغة، ويمكن أن نشير، سريعاً، إلى بعض التعريفات والأسس التى أشارا إليها على النحو التالى :

التحرير الصحفى - بمفهومه اللغوى والأسلوبى - وكعملية فنية كتابية، هو أحد فنون الكتابة النثرية الواقعية Nonfiction factual ، وهو عملية تحويل الوقائع والأحداث والآراء والأفكار والخبرات من إطار التصور الذهنى والفكرة إلى لغة مكتوبة مفهومة للقارئ العادى.

والتحرير الصحفى - أو فن الكتابة الصحفية - كفن كتابى يختلف عن فن الكتابة العلمية، حيث تعتمد الأخيرة على المصطلحات العلمية أو الفنية المحددة الدقيقة التى قد لا يفهمها إلا أصحاب التخصص الدقيق، كما تختلف عن الكتابة الأدبية التى تعتمد على الخيال والبلاغة اللفظية والاستطراد، وتخاطب مشاعر المستقبل، وتتوجه إلى قارئ يبحث عن متعة جمالية وفكرية.

بينما التحرير الصحفى كفن كتابى يعتمد على الأسلوب العلمى المتأدب أو اللغة الوسطى التى يسميها البعض باللغة الصحفية أو اللغة الإعلامية ذات الأسلوب الصحفى أو الإعلامى، الذى يفهمه قارئ الصحيفة العادى، وذات الأشكال أو القوالب الفنية المتميزة التى يتم من خلالها نقل المضمون الصحفى.

وإذا نظرنا للتحرير الصحفى كعمل صحفى متخصص، فإن التحرير الصحفى- بمفهومه الصحفى كخطوة من خطوات إصدار الصحيفة - جريدة أو مجلة - هو العملية اليومية والأسبوعية - حسب دورية الإصدار والتى يقوم فيها المحرر الصحفى بالصياغة الفنية أو الكتابة الصحفية أو المعالجة لمضمون المادة الصحفية المناسبة والمتعارف عليها كقوالب فنية تحريرية للجريدة أو المقال ثم المراجعة الدقيقة وإعادة الصياغة لها، وعملية التحرير الصحفى كعملية صحفية فنية وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة تبدأ فور عملية الكتابة الصحفية، فالمحرر يكتب المادة

فى الشكل الذى اختاره بنفسه، وقد يكتب المحرر ويراجعه المحرر المسئول، أى يحرر ما كتبه، وقد تبدأ العملية وتنتهى مع المحرر الذى يقوم بالعمليتين معاً الكتابة Writing، والتحرير Editing، وكلمة تحرير Editing معناها إعداد كتابات الآخرين للنشر، ومنها جاءت كلمة Editor أى محرر أو رئيس تحرير، والمحرر الصحفى الناجح هو الذى ينجح فى الكتابة بلغة صحفية مناسبة وجيدة، مما يجعل هذا النص الصحفى خبراً كان أو موضوعاً لا يحتاج إلى عملية تحرير جديدة تتضمن المراجعة وإعادة صياغة مرة بالحذف أو الإضافة أو تغيير الأسلوب أو البناء الفنى للنص.

ويهدف التحرير الصحفى كعملية صحفية فنية، وكخطوة من خطوات إصدار الصحيفة - على ما يشير إليه كل من ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين (٢٠٠٤) - إلى تحقيق عدة أشياء من أهمها:

١- جعل النص الصحفى (الخبر أو الموضوع) يتناسب مع سياسة الصحيفة.

٢- تحرى الأخطاء التى قد ترد فى الحقائق والمعلومات (الأرقام - الأسماء- العواصم- الهجاء مثلا) وتصحيحها.

٣- جعل النص الصحفى يتناسب مع المساحة المحددة له.

٤- تبسيط وتوضيح وتصحيح لغة النص الصحفى.

٥- توضيح معانى النص الصحفى وإحياؤها.

٦- مراجعة النص الصحفى من أجل التأكد من الموضوعية المنطقية.

٧- تعديل لهجة النص الصحفى عند الضرورة.

٨- جعل النص الصحفى يروق لقارئ الصحيفة.

٩- خلق نوع من الهارمونية والتناغم الأسلوبى بين النصوص (المواد أو الأخبار والموضوعات) الصحفية المختلفة التى تنشرها

الصحيفة.

١٠- تسهيل عملية الإخراج الصحفى.

ولتحقيق الأهداف السابقة يحتاج المحرر الصحفى إلى القيام ببعض العمليات التحريرية مثل:

١- التأكد من دقة بيانات النص الصحفى (بالتشاور مع محرر أو أخصائى جهاز المعلومات بالمؤسسة الصحفية أو بنك المعلومات خارج الصحيفة).

٢- اختصار الكلمات أو الجمل أو الفقرات غير الضرورية.

٣- إعادة صياغة النص الصحفى كاملاً بهدف صقله لغوياً.

٤- إعادة صياغة النص الصحفى بهدف خلق نوع من الاتساق الأسلوبى.

٥- حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الألفاظ التى تتسم بالصعوبة وضعف المقروئية.

٦- حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الفقرات التى قد تشكل جريمة تعاقب عليها قوانين النشر، أو تتعارض مع الذوق العام.

٧- اختصار النص الصحفى ليتناسب مع المساحة المحددة.

٨- استكمال النص الصحفى ببعض المعلومات والبيانات التى تكمله من ناحية المضمون وتجعله يغطى كل جوانب الفكرة (خاصة فى الأخبار والتحقيقات الصحفية).

٩- إعادة صياغة العناوين الخاصة بالنص الصحفى، الرئيسية منها، والثانوية، وكذلك الفرعية وهى عنصر مهم جداً لإراحة القارئ بصريا وفكريا، وإضافتها إن لم تكن موجودة فى النص الأصلى.

١٠- دمج نص مع نص آخر (خاصة بالنسبة للأخبار)، أو عمل إشارة لنص فى نهاية نص صحفى آخر.

وبالنظر إلى التحرير الصحفى – من هذه الزاوية الصحفية الفنية – يمكن القول وفقاً لرؤية الدكتور محمود أدهم – والتى أكد عليها د. ليلى عبد المجيد ود. محمود علم الدين : إن التحرير الصحفى هو "طريقة الكتابة الفنية التى تتيح للمحرر الصحفى واستناداً إلى فكر متميز، ومن خلال قيامه بمسئوليات وظيفية، تسجيل الأحداث المهمة الحالية والمتجددة، ونقل الوقائع والتفصيلات والصور والمشاهد المرتبطة بها، والتعريف بما أسفر عنه البحث وراء عللها وأسبابها الظاهرة والخفية، وتقديم المعلومات والبيانات المفيدة، وتبنى الظواهر والأنشطة والمشكلات المختلفة والمؤثرة، وعرض وتفسير ومناقشة الأقوال والتصريحات والأفكار والآراء والاتجاهات والمواقف والقضايا والحلول ذات الجدارة والنفع، وتناول ما يستحق من تطوراتها ونتائجها المتاحة والمتتابعة، انطلاقاً من صالح الفرد والمجتمع والإنسانية، ووسيلة النشر والتعبير عن ذلك كله تعبيراً دقيقاً وموضوعياً فى أغلب الأحوال فى عبارات قصيرة ومتماسكة، وبواسطة لغة صحيحة سهلة وواضحة وجذابة، فى شكل عمل فنى صحفى، يمثل رسالة إعلامية موجهة إلى القراء، تكون صالحة للطبع والنشر والتوزيع فى الوقت المناسب على صفحة أو صفحات جريدة أو مجلة".

الأسلوب الصحفى:

فى ضوء طبيعة الصحيفة – الجريدة والمجلة – كوسيلة اتصال لها سمات معينة كشكل مطبوع يصدر بصفة دورية لفترة لا تزيد على الأسبوع ولا تقل عن يوم، تخاطب جماهير متنوعة الاهتمامات والمشارب والسمات فى السن والجنس، المستوى التعليمى، المهنة، الموقع الجغرافى، المستوى الاجتماعى. وفى ضوء تعريف الأسلوب بصفة عامة ومحدداته ومظاهره وسماته، وكذلك فى ضوء تيار التحليل الأسلوبى (الأسلوبية)، ومن خلال الدراسة الاستطلاعية لبعض البحوث التى أجريت حول أساليب التحرير الصحفى ومحدداته، سواء ما تعلق منها بصحيفة معينة جريدة أو مجلة، أو ما تعلق منها بكاتب معين أو محرر صحفى أو بتطور الأسلوب الصحفى فى فترة معينة أو مرحلة تاريخية، وبتحليل علمى لأساليب تحرير بعض

الجرائد والمجلات ومقارنته بتحرير الكتب والمقالات العلمية والمقالات الأدبية وألوان النثر المختلفة. يشير كل من د. ليلى عبد المجيد ود. محمود علم الدين إلى أن هناك أسلوباً كتابياً أو لغوياً وأسلوباً يتبع فى التحرير الصحفى، أو بمعنى آخر هناك ما يسمى بالأسلوب الصحفى، له محدداته وسماته ومقتضياته.

فالواقع الصحفى يقول: إن هناك أسلوباً صحفياً أو أسلوباً معيناً له سماته يتبع فى عملية التحرير الصحفى، وينبع هذا الأسلوب من عدة محددات تتعلق بطبيعة الصحافة كوسيلة اتصال من حيث حجم الصحيفة، حيث المساحة المحدودة، وبجانبها التقنى، وطبيعة دوريتها أو توقيت إصدارها الذى يقتضى السرعة التى تتطلب الإيجاز والاختصار والتركيز وبوظيفتها العامة، وهى التعبير عما يحدث فى الحياة اليومية، والتى يطلق عليها الوظيفة الإخبارية - كوظيفة أساسية - إذ تقوم بإخبار كل فئات الرأى العام، ولما كانت سرعة توصيل الخبر إلى كل الطبقات الاجتماعية على مختلف مستوياتها الثقافية هى الهدف الأول لكل صحيفة، إلى جانب ما استجد بسبب ظروف العصر ومنافسة وسائل الاتصال الأخرى وتعقد الأحداث وتشابكها من وظائف أساسية أخرى للجريدة كانت فيما سبق من اختصاص المجلة كالتفسير والتحليل والشرح والاستقصاء، كان على الأسلوب الصحفى أن يتخذ شكلاً سهلاً يقترب من الأسلوب الدارج، وعلى الصحافة أن تقدم الأحداث اليومية ببساطة ووضوح وواقعية مبتعدة بذلك عن الاستعارات والكنايات والتشبيهات والألفاظ الزائدة، وعن كل تعقيد حتى يسهل على الجميع فهم محتواها، على الرغم من تفاوت مستوياتهم الثقافية.

كما أن الوظيفة الثانية - بعد الإخبارية - وهى الوظيفة التفسيرية للأحداث والوقائع والأفكار والتجارب السياسية والاقتصادية والرياضية والقانونية والعلمية والفنية، تلقى تبعات على الأسلوب الصحفى: أهمها الجنوح إلى التوضيح والتبسيط والدقة والتحديد بحيث يفهمها المتخصص ويفهمها القارئ العادى.

فالصحيفة المعاصرة هى حلقة وصل بين منابع الخبر والجمهور، وعليها ترجمة

وتوصيل كلام السياسى بما فيه من تعقيد ودعاية لنفسه ولحزبه، وكلام رجل الاقتصاد بما فيه من اصطلاحات خاصة لا يفهمها العامة وأخبار الرياضة والقضاء بما فيها من تعبيرات معينة إلى الرأى العام بلغة سهلة، يفهمها العامة، حتى يمكن أن تقوم بواجبها فى التأثير على الرأى العام وتكوينه.

وتتلخص صعوبة هذه الوظيفة - وهى التبسيط والتجسيد والشرح والعرض المفهوم للأحداث - فى معضلة أسلوبية تتصل بطبيعة المضمون الصحفى المتنوع، وهى وجود لغة خاصة لكل باب من أبواب الصحيفة من علوم ورياضة بدنية وموضة وبورصة وفنون وموسيقى وقضاء وإدارة وهلم جرا، وعلى الصحفى أن يخلق من اللغات لغة واحدة سهلة يفهمها جمهور القراء، ويلعب الصحفى هنا دور الوسيط بين هذه المجموعات وبين الجمهور، وعليه ألا يخاطب مجموعة معينة من الجمهور ولكن كل من له اهتمام بموضوع ما. وللصحافة - إضافة لما سبق - لغتان يشترط فيهما الوضوح والبساطة ؛ لغة موضوعية لتحرير الأخبار والتحقيقات والأحاديث، وأخرى خاصة (أو ذاتية) لكتابة المقالات بأنواعها المختلفة وبعض الأشكال الصحفية الأخرى السابقة.

ويمكن حصر مكونات الأسلوب الإعلامى البليغ بعامة وأسلوب التحرير الصحفى بخاصة - كما يشير إليها ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين - فى المكونات الأربع التالية:

المكون الأول: يتصل بالصحة النحوية والصرفية :

وهى تحديد أبنية الكلمات من حيث ما طرأ عليها من تغيير أو تبديل من طرف، وضبط العلاقات التى تربط بينها من خلال حركات الإعراب وعلامات البناء فى طرف ثان، وأصول النطق أو الهجاء السليم لأنه يحدد المعنى، ويجلوه من طرف آخر.

المكون الثانى: يتصل بالصحة المنطقية :

وهى ضرورة وجود خواص ترتبط بالبناء الفكرى للنص الصحفى بصفة عامة والجملة بصفة خاصة بحيث تأتى النتائج والأحكام متفقة مع المقدمات، وأن تنتظم الفكرة الواحدة فى عقد منظوم مع الأفكار المرتبطة بها أو المكملة لها خلال السياق أو المضمون الواحد.

وتتضمن الصحة المنطقية أن ينتظم الكلام إيقاعا فكرياً داخلياً، لا تتناقض فيه المعانى مع بعضها البعض ولا تتعارض مع ما ينشد الكاتب من دعوة إلى رأى أو قيمة من القيم الإنسانية من ناحية ولا تتناقض مع الحقيقة من ناحية أخرى سواء كان ذلك فى ميدان العلم أو التاريخ أو الحياة أو الطبيعة.

المكون الثالث: يتصل بالصحة الأسلوبية العامة أو البلاغة:

ويعنى بها أن ينحت الأسلوب وفقاً لمتطلبات الأساليب العربية الفصيحة ويحقق شروط البلاغة، ولا تناقض هنا بين هذا المطلب أو هذا المكون وطابع البساطة واليسر والوضوح فى لغة الإعلام.

المكون الرابع: يتصل بالصحة الأسلوبية الخاصة أو الصحفية:

وهى تتصل بطبيعة الصحيفة كوسيلة اتصال جماهيرية تعتمد على الكلمة المطبوعة، ولها وظائفها، وأهدافها، وسياساتها، وجمهورها، ومضمون ذو طبيعة خاصة مجملة، ونعنى بها محاولة لغة الصحافة إلى جانب المحافظة على المكونات الثلاثة السابقة، أن تحافظ على خصائص أخرى فى الأسلوب من أهمها: البساطة والإيجاز والتأكيد والأصالة والاختصار والصحة.

ويمكن ترجمة الصحة الأسلوبية الخاصة للصحيفة فى الجوانب الأسلوبية، أو المعايير التالية التى ينبغى أن يراعيها المحرر الصحفى عند كتابة مادته الصحفية فى نصوصها المختلفة الإخبارية وغير الإخبارية، وهى:

١- الاستغناء عن الكلمات الزائدة كأدوات التعريف التى لا لزوم لها، وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة وحروف الربط التى لا ضرورة لها، كما يجب الاستغناء عن الجمل الطويلة وكل تكرار.

٢- استخدام الألفاظ البسيطة الواضحة، وهنا يجب الإشارة إلى ضرورة تفضيل الكلمات القصيرة المألوفة، كما يجب عدم استخدام صفة أو صيغة أفعل فى التفضيل لأنها تقلل من دقة الخبر. فعبارة "مثيرة " أكثر دقة من "أكثر المباريات إثارة". كما ينبغى العناية فى استخدام الفعل المضارع ولاسيما فى العناوين وتجنب استخدام الألفاظ والعبارات التى تحمل معنيين أو التى تنطوى على تنافر لفظى. ويفضل المبنى للمعلوم على المبنى للمجهول عند التحرير الصحفى، إلا أن استخدام المبنى للمجهول فى بعض الأحيان يضيف إلى الأسلوب قوة. وينبغى تجنب استخدام الجمع المركب فالطريق يجمع على طرق لا طرقات، وطرقات هنا جمع للجمع. ومن الضرورى تجنب جمع أسماء الجنس؛ لأن مفردها يؤدى الجمع مثل المطر بدلاً من الأمطار. كما يجب استعمال التثنية فى مواضعها الصحيحة، فمن الخطأ القول "سار على أقدامه إلى المعهد" العبارات ولكن يقال "سار على قدميه".

٣- على المحرر أن يحترم قدسية الخبر ويسوق أخباره خالية من كل رأى، وذلك بالتزامه الموضوعية عند التحرير واستخدامه العبارات والألفاظ بدقة.

٤- ألا يزيد عدد كلمات الفقرة الواحدة على ٧٥ كلمة، وألا تزيد الفقرة على أربع جمل. وقد ينقص عدد الجمل إلى جملة واحدة فى الفقرة، والجمل الطويلة تسوق القارئ إلى الملل، الأمر الذى يجعله يترك الخبر مكتفياً بالعناوين، ويشتمل السطر على ٣٠-٣٥ حرفاً ، وتقسيم الموضوع إلى فقرات ينبغى ألا يطغى على وحدة الخبر ولا على ما فيه من تجانس وتأكيد - وتفضيل الجمل البسيطة القصيرة لا يعنى تهلهل الأسلوب وتداعيه.

٥- أن يتضمن الخبر بياناً سافرا أو مضمراً للمصدر الذى استقى منه. فعلى المحرر أن يذكر مصدر المعلومات صراحة أو أن يدع المصدر مضمرا فى الخبر، أو يتعمد إخفاء مصدر الخبر ليحمى فرداً معيناً أو لتكون له مزية إخبارية. ولكن عند ذكر مصدره فى جميع فقرات الخبر الذى يرويه أن ينقل الكلام المصدر بنصه بين قوسين أو أن ينقل فحوى هذا الكلام دون حاجة إلى إيراده بين قوسين. كما أنه من المستحسن التغيير فى الأسلوب عند نقل بعض الآراء باستعمال الكلمات: (قال) (صرح) (أعلن) (أذاع) (أصر) (أشار) إلى غير ذلك.

٦- ترتيب الخبر ترتيباً حسناً منطقياً كان أو زمنياً. ويجب على المحرر أن يحلل الأحداث وأن يربط بينها ليجعل منها قصة إخبارية مترابطة تدور حول محور رئيسى.

٧- استخدام الألفاظ المعربة الأكثر استعمالاً من الألفاظ العربية مثل: الديمقراطية والديكتاتورية والأرستقراطية والاستراتيجية والدبلوماسية والحرب الباردة والتكتيك الحربى إلى غير ذلك.

٨- استخدام الألفاظ المستحدثة حتى ولو ظهرت غريبة بالنسبة للقارئ فى بادئ الأمر.

٩- استخدام علامات الوقف (الترقيم) ضرورة لوضوح الأسلوب ولسهولة فهم القارئ له كالنقطة، الفاصلة، علامات الوقف الاستدراكى (:)، الفاصلة المنقوطة (؛) الشرطة (-)، الهلال ( )، أقواس الاقتباس المزدوجة " " والمفردة ( ) ولكل منها وظيفة وأسلوب فى الاستخدام.

١٠- الحرص على إيراد الاسم الكامل للشخص فى أول الخبر، ولا مانع بعد ذلك من ذكر جزء من اسمه كما يجب الحرص على الألقاب العلمية والمدنية أو غيرها، لأن هذه الألقاب تصبح مع الوقت جزءا من شخصية حاملها -

وإذا كان الشخص لا يحمل لقبا فيمكن وصفه بالسيد إذا كان عربيا (مثلما تفعل صحيفة الأهرام المصرية)، وإذا كان على الصحفى أن يتحرى الدقة فى الخبر، فعليه أن يقوم بذلك بالنسبة للأسماء والألقاب والمناصب، لأن الخطأ فيها قد يسبب خلطا بين شخصيتين.

١١- مراعاة النصائح الخاصة بالأرقام، لتسهيل القراءة، ويحسن كتابة الأرقام من واحد إلى تسعة بالحروف، وفيما عدا ذلك يكتب بالأرقام، ويكتب كل رقم تبدأ به من الجملة، وكذلك أرقام القرون وبعض الجمل مثل واحد فى المائة أو خمسة فى كل عشرين بالحروف. أما الأرقام فتكتب للدلالة على مبالغ المال ونتائج المباريات ولتغيير الوقت وفى الإحصائيات وعند استخدام الكسور الصحيحة مثل ٧,٥ وكذلك فى ذكر التواريخ أو عند التعبير عن ٢ مليون أو ١٢ ألف. إلا أنه يستحسن هجاء الكسور إذا لم يأت بعدها عدد.

ويبقى سؤال فى غاية الأهمية وهو: هل الأسلوب الصحفى أو لغة الصحافة لها مستوى تعبيرى واحد يطبق فى كل المواقف للتحرير الصحفى الإخبارية منها أو التفسيرية أو الاستقصائية أو أشكال الرأى؟ يرى الدكتور محمود أدهم أن مستويات التعبير العملى الصحفى التحريرى (أو أسلوب التحرير الصحفى) تختلف باختلاف الفنون والأنماط والأطر حيث تقترب حينا من المستوى الأدبى، وتتغير فى حين آخر عنه، كما تقترب حينا من المستوى العلمى، وتتغير فى حين آخر عنه وهكذا، وحيث نجد أمامنا فى النهاية هذه المستويات الكتابية أو التحريرية أو البيانية الصحفية، بما لها من خصائص ومعالم وأسس فنية وهى:

١- المستوى الصحفى (الإخبارى) البحت: للأخبار الصغيرة والمتوسطة والكبيرة قبل غيرها من المواد أو الفنون الأخرى.

٢- المستوى الصحفى التسجيلى: ويمكن أن يطلق عليه أيضاً (التقريرى) وتختص به أساليب تحرير القصص والموضوعات والتقارير الإخبارية أولاً

وقبل غيرها من المواد والفنون الأخرى، ويليها فى ذلك بعض أنواع (الأحاديث الصحفية).

٣- المستوى الصحفى (التفسيرى): وتختص به، على درجة متقاربة، بعض أساليب تحرير أنواع الأحاديث الأخرى، وبعض أنواع التقارير ذات الاتجاهات الحديثة فى الكتابة، والتى لا يقتنع أصحابها بالجانب التسجيلى فقط، وكذا أساليب تحرير أجزاء من التحقيقات الصحفية، ولكن طابعه يغلب قبل ذلك كله على عدد من أساليب تحرير مقالات أو أجزاء من مقالات (كالمقال الافتتاحى الشارح المفسر - التعليق - التفسير - القائد - الموقع - التحليلى).

٤- المستوى الصحفى (الوصفى): وهو يتداخل مع عدد من المستويات السابقة ويغلب على طابع أساليب تحرير (المجريات بأنواعها) وكذا بعض جوانب (الأحاديث - التقارير - التحقيق) إلى جانب مقالات (الأعمدة واليوميات) خاصة تلك التى تتجه بمضمونها العام نحو (الرحلات - الخواطر والتأملات - المناسبات - الاعترافات) قبل غيرها.

٥- المستوى الصحفى (المتأدب) على نحو ما يقول علماء اللغة (الأسلوب العلمى المتأدب) حيث يضفى المحرر هنا على كتابته سمة من الأدب أو قدرا من الذوق الأدبى، لا يزيد على الحد المعقول كما يبدو ذلك من خلال طابع وأساليب تحرير بعض أنواع العناوين والمقدمات والنهايات للأحاديث والتقارير المصورة والتحقيقات الصحفية عامة وما يتصل منها بالمجلات خاصة. كما نشاهده أيضاً ضمن مادة أو صلب هذه الأنواع، وكذا تحرير مقالات الأعمدة واليوميات الصحفية خاصة ما يتصل منه بالجانب الذاتى.

٦- المستوى الصحفى (العلمى): وهو الذى يغلب أو ينبغى أن يغلب على

طابع وأساليب تحرير (المحرر العلمى) و(المحرر العسكرى) و(المحرر الاقتصادى) و(المحرر الزراعى) وغيرهم من محررى المواد المتخصصة بشكل عام.

٧- وأخيراً المستوى الصحفى (العام): ويمكن أن يجمع فيه كاتبه بين أكثر من مستوى من المستويات الفرعية السابقة فى مجموعها، أو بين هذه المستويات كلها، ولن يتحقق ذلك بالقدر المطلوب إلا على نطاق وفى دائرة أو إطار عدد من الفنون والأنماط الصحفية المتميزة، هى على وجه التحديد:

* التحقيقات الصحفية المتميزة خاصة: (تحقيق المشكلات - تحقيق الدراسة الصحفية) - تحقيقات (دراسة الشخصية) - تحقيقات الحملة الصحفية) أو حملة (التحقيقات الصحفية).
* المقالات القائدة الموقعة.
* مقالات اليوميات الصحفية.
* المقال التحليلى.

بشرط أن تجد التحقيقات الصحفية الأفكار التى تستحق، والمحرر الذى يقدر، أو مجموعة المحررين الذين يعملون (كفريق عمل) ، وأما الفنون والأنماط الأخرى فمن الصعوبة أن يجمع المحرر أو الكاتب بين هذه المستويات الفرعية كلها، فى إطار واحد منها.

خطوات التحرير الصحفى:

التحرير الصحفى جزء من نظام عام للإصدار، وله خطواته وخططه التمهيدية قبل الإصدار أيضاً، كما أنه يشكل نظاماً مستقلاً فرعياً داخل النظام العام لإصدار الصحيفة، وهذه الخطوات هى جزء من خطوات إصدار الصحيفة، وتختلف خطوات تحرير النص الصحفى باختلاف طبيعة النص، هل هو نص إخبارى أم نص غير إخبارى.

خطوات تحرير النص الإخبارى:

١- التخطيط لتغطية الخبر (المتوقع والمتابع) أما المفاجئ فلا يخطط له، ويتم ذلك من خلال تحديد محاور الخبر ونقاطه الرئيسية، وجمع الخلفيات المتعلقة به من قسم المعلومات أو من أرشيف المحرر الصحفى الخاص.

٢- جمع المعلومات المتعلقة بالخبر من المصادر المختلفة البشرية والوثائقية.

٣- التقاط الصور الفوتوغرافية المناسبة للخبر بواسطة المحرر أو المصور الصحفى.

٤- مراجعة المادة الصحفية المكتوبة والمصورة واستكمالها.

٥- تقييم المادة الصحفية المكتوبة والمصورة وتحديد صلاحيتها للنشر بواسطة المحرر المسئول، رئيس قسم أو مدير التحرير، نائب رئيس التحرير أو رئيس التحرير، أو كلهم جميعاً حسب خط سير النص الصحفى فى الجريدة.

٦- تجهيز الرسوم اليدوية التعبيرية والتوضيحية والساخرة التى سوف تصاحب الموضوعات أو تنشر بمفردها.

٧- اختيار البناء الفنى للنص الصحفى أى تحديد شكل المادة الإخبارية المخطط لنشرها.

٨- التحرير النهائى للنص الصحفى.

٩- المراجعة النهائية للنص الصحفى المحرر.

١٠- التقييم النهائى وتحديد أولويات النشر.

خطوات تحرير النص غير الإخبارى (الحديث والتحقيق):

١- اختيار فكرة النص (الموضوع الصحفى هنا) الصحفى وبلورتها.

٢- مراجعة الفكرة وتحديدها وإقرارها من المحرر المسئول.

٣- جمع الخلفيات والتفاصيل الخاصة بفكرة النص الصحفى من معلومات مكتوبة ومصورة ومرسومة من قسم المعلومات الصحفية أو من أرشيف المحرر الخاص.

٤- جمع المعلومات اللازمة للنص الصحفى بواسطة المحرر أو فريق العمل.

٥- التقاط الصور الفوتوغرافية وتجهيز الرسوم المناسبة للنص الصحفى.

٦- المراجعة والاستكمال للمعلومات التى تم جمعها.

٧- تقييم المادة الصحفية المجموعة وتحديد مدى صلاحيتها للنشر بواسطة المحرر المسئول.

٨- اختيار البناء الفنى للنص الصحفى، أى اختيار الشكل الفنى المناسب للنص الصحفى والقالب المناسب منه، اختيار الحديث الصحفى، ثم نمط الحديث الذى يضم الأسئلة والإجابات بالشكل التقليدى.

٩- تحرير النص الصحفى.

١٠- المراجعة الشاملة للنص الصحفى لغوياً ومعلوماتياً وأسلوبياً (وقانونياً أحياناً)، واستكماله أو تعديله.

١١- التقييم النهائى وتحديد أولوية النشر.

خطوات تحرير النص غير الإخبارى (المقال) :

١- تحديد فكرة النص الصحفى.

٢- جمع المعلومات اللازمة كخلفيات لهذا النص مكتوبة ومصورة ومرسومة.

٣- جمع المعلومات الحالية أو الراهنة.

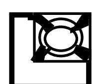
٤- اختيار البناء الفنى للنص الصحفى، أى نوعية المقال ونمطه الفنى (المقال الافتتاحى مثلاً أو اليوميات).

٥- تحرير المقال.

٦- المراجعة اللغوية والأسلوبية والمعلوماتية والقانونية (أحياناً).

٧- الاستكمال وإعادة الصياغة فى بعض الأحيان إلا بالنسبة لكبار الكتاب المتمرسين.

٨- التقييم النهائى وتحديد أولوية النشر.



ملخص الوحدة السادسة

تشير الدراسات التاريخية إلى أن الصحافة المصرية، منذ نشأتها، كانت لها لغة خاصة بها، وأن هذه اللغة قد عكست الواقع الاجتماعى والحضارى واللغوى الذى يعيشه المجتمع، وأنها كانت مرآة بينت تطور أساليب الكتابة العربية وعكست صورة صادقة لحركة التطور الاجتماعى والأدبى واللغوى.

ينتمى التحرير الصحفى، كفن كتابى، إلى نوع من النثر أضافه أساتذة الصحافة والأدب إلى أنواع النثر التقليدية، وهو النثر العملى ، أو الصحفى، وقالوا إن هذا النثر يقف فى منتصف الطريق بين النثر الفنى ؛ أى لغة الأدب، وبين النثر العادى ؛ أى لغة التخاطب اليومى.

توجد مجموعة من الخصائص لابدَّ من توافرها فى اللغة الصحفية، منها:-

- البساطة.
- الدقة والتجسيد.
- السلامة اللغوية.

يعتمد التحرير الصحفى كفن كتابى على الأسلوب العلمى المتأدب أو اللغة الوسطى التى يسميها البعض باللغة الصحفية أو اللغة الإعلامية ذات الأسلوب الصحفى أو الإعلامى، الذى يفهمه قارئ الصحيفة العادى، وذات الأشكال أو القوالب الفنية المتميزة التى يتم من خلالها نقل المضمون الصحفى.

يمكن حصر مكونات الأسلوب الإعلامى البليغ بعامة وأسلوب التحرير الصحفى بخاصة فى المكونات الأربع التالية :

- الصحة النحوية والصرفية.
- الصحة المنطقية.

- الصحة الأسلوبية العامة.
- الصحة الأسلوبية الخاصة.

توجد مستويات للكتابة الصحفية منها:

- المستوى الصحفى (الإخبارى) البحث.
- المستوى الصحفى التسجيلى.
- المستوى الصحفى التفسيرى.
- المستوى الصحفى الوصفى.
- المستوى الصحفى المتأدب.
- المستوى الصحفى العلمى.
- المستوى الصحفى العام.

أهم المعايير التى يجب أن يلتزم بها الصحفى فى لغته:-

- الاستغناء عن الكلمات الزائدة.
- استخدام الألفاظ البسيطة الواضحة.
- ترتيب الخبر ترتيباً حسناً، منطقياً كان أو زمنياً.
- استخدام الألفاظ المعربة الأكثر استعمالاً من الألفاظ العربية.
- استخدام الألفاظ المستحدثة حتى ولو ظهرت غريبة فى بادئ الأمر.
- مراعاة النصائح الخاصة بالأرقام لتسهيل القراءة.

أسئلة على الوحدة السادسة

س١: وضح موقع اللغة الصحفية بين أنواع النثر المختلفة .

س٢: اذكر أهم الخصائص التى ينبغى توافرها فى اللغة الصحفية .

س٣: عرف مفهوم التحرير الصحفى وأهدافه .

س٤: اكتب مذكرات علمية عن النقاط التالية :

- الأسلوب الصحفى.
- مكونات أسلوب التحرير الصحفى.
- مستويات الكتابة الصحفية.

س٥: اذكر أهم خطوات تحرير النص الإخبارى الصحفى .

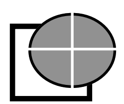
مراجع الوحدة السادسة

(١) ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين (٢٠٠٤): ***فن التحرير الصحفى للجرائد والمجلات***، القاهرة، السحاب للطبع والنشر.

(٢) محمد على الأصفر (١٩٩٨): ***الوظيفة الإعلامية لفن المقالة فى الأدب العربى الحديث***، طرابلس، جامعة الفاتح، إدارة المطبوعات والنشر.

(٣) محمود خليل (١٩٩٨): ***الخبر الصحفى: دراسة أسلوبية***. القاهرة، العربى للنشر والتوزيع.

(٤) محمد سيد محمد (١٩٨٤): ***الإعلام واللغة***، القاهرة، عالم الكتب.



الوحدة السابعة

لغة بيانات العلاقات العامة والرسائل الإعلانية

الأهداف السلوكية:

بعد دراسة الدارس لموضوع الوحدة، يجب أن يكون قادراً على أن:

١- يبين أهداف العلاقات العامة من منشوراتها.

٢- يُعرِّف الصفات اللغوية التى يجب توافرها فى منشورات العلاقات العامة.

٣- يُعرِّف قواعد كتابة النصوص الإعلانية.

٤- يحدد أهم خصائص لغة النصوص الإعلانية.

٥- يفرِّق بين لغة منشورات العلاقات العامة ولغة الإعلان.

العناصر:

- لغة منشورات العلاقات العامة .
- لغة الإعلان .
- قواعد كتابة النص الإعلانى .

الوحدة السابعة

لغة بيانات العلاقات العامة والرسائل الإعلانية

أولاً- لغة منشورات العلاقات العامة وبياناتها:

إذا كان أحد أهم أهداف إدارات العلاقات العامة هو الإعلام عن أهداف المنشأة وأوجه نشاطها ومحاربة الشائعات الضارة بهذا النشاط، وشرح سياسة المنشأة لجمهور العاملين والمتعاملين معها، والعمل على كسب تأييد وثقة الرأى العام عن طريق إمداده بالمعلومات الصحيحة والبيانات والحقائق والمشروعات والخدمات التى تؤديها المنشأة، فإن هذه الإدارات كثيراً ما تصدر منشورات أو بيانات يتم توزيعها داخلياً (للعاملين فى المنشأة أو المؤسسة) أو خارجياً (للمتعاملين مع المنشأة أو لوسائل الإعلام المختلفة) لكى تحقق هذه الأهداف أو تعمقها لدى جمهورها المستهدف.

ولكى تحقق منشورات وبيانات العلاقات العامة هذه الأهداف لابدَّ أن يتم كتابتها بلغة واضحة وسلسة خالية من أى غموض بحيث لا تحدث أى لبس أو إبهام لدى الجمهور المستهدف.

وقد حدد أ.د. على عجوة فى كتابه القيّم «الأسس العلمية للعلاقات العامة» خمس صفات أساسية ينبغى توافرها فى أى منشور أو بيان أو رسالة تصدرها إدارة العلاقات العامة، وهذه الصفات هى:

١- الانقرائية Readability.

٢- الانسيابية Flow.

٣- الرشاقة Crispness.

٤- الوضوح Clarity.

٥- التلوين Color.

ويمكن إيضاح هذه الصفات كما قدمها د. عجوة على النحو التالى:-

١- **الانقرائية**: ويقصد بها نفاذ كلمات الرسالة إلى عقل المستقبل بسرعة وسهولة مع القدرة على تذكر محتواها إذا دعت الضرورة. وقد حدد «فليش» Rudolf Flesch لهذه الصفة ثلاثة عوامل هى: طول الكلمة، وطول الجملة، والإشارات الشخصية. فهو يرجح استخدام الكلمة ذات المقطع الواحد فى معظم أجزاء الرسالة والابتعاد عن الجمل المركبة، مع الاعتماد على الإشارات الشخصية، كالأسماء والألقاب والضمائر والكلمات التى تشير إلى القرابة، بالإضافة إلى استخدام صيغة المحادثة، وما تتميز به من صيغ التعجب والأمر والجمل الناقصة، ويرى فليش أن يكون ٧٠٪ من كلمات الرسالة ذات مقطع واحد (يقابل ذلك فى اللغة العربية الكلمات السهلة الرشيقة) وأن يكون متوسط عدد كلمات الجملة ١٧، وأن تحوى كل مائة كلمة عشر إشارات شخصية.

وإذا كانت هذه النسب تنصرف إلى اللغة الإنجليزية فإنها يمكن مع بعض الاختلافات الطفيفة أن تطبق على اللغات الأخرى، فالأصل واحد فى عملية الاتصال أياً كانت الرموز - وهى هنا اللغة المستخدمة.

وقد خصص فليش فصلين فى أحد مؤلفاته Say What You Mean للحديث عن ميزات الكلمات القصيرة. وأورد قائمة من ستين كلمة سماها القائمة السوداء The 60 - Word Blacklist وهى تضم الكلمات ذات المقاطع المتعددة أو التى لا تنقل المعنى مباشرة. وعرض فى بلاغة لما يقابلها من الكلمات ذات المعنى المباشر والتى تتكون من مقطع واحد أو اثنين على أكثر تقدير.

٢- **الانسيابية**: حينما تتداعى الأفكار فى الرسالة فى انسياب طبيعى فإن القارئ

لا يستطيع أن يترك هذه الرسالة دون أن يصل إلى نهايتها. بينما ينصرف الفرد عن الرسالة بمجرد أن يشعر بفجوة بين أجزائها أو بعدم الترابط بين الأفكار التى تتضمنها. فبراعة الكاتب تظهر حينما يجيب الجزء التالى من الرسالة عما ثار من استفهام فى ذهن القارئ حول الجزء السابق، وأيضاً عندما يثير الجزء الجديد المزيد من الاستفهامات لتجيب عنها أجزاء الرسالة التالية. وهكذا يكون الترابط المنطقى بين أجزاء الرسالة والذى يحفظ اهتمام القارئ بالرسالة إلى نهايتها.

٣- **الرشاقة**: والمقصود بها أن يمس الكاتب موضوعه مساً مباشراً ومحدداً - وأن يصل إلى النقاط من أقصر طريق، فلا غموض ولا معانى مشكوكا فى صحتها، ولا تعميمات غامضة، ولا حشو يشتت الاهتمام وينهك القارئ فى استخلاص المعنى.

٤- **الوضوح**: تساهم كل صفة من الصفات الثلاث السابقة فى إضفاء صفة الوضوح على الرسالة بما يساعد على فهمها، وذلك هو جوهر الاتصال الناجح حيث يفهم المستقبل الرسالة كما يقصد المرسل أن تفهم. ولكى يتحقق الوضوح الكامل فلابد من توافر الصفات التالية:

(أ) استخدام الكلمات ذات المعنى الواضح المحدد، وإن كان هناك مجال لاختلاف المعنى فيجب توضيح ما يقصده الكاتب بهذه الكلمة أو تلك.

(ب) تأكيد المعنى بكلمات أخرى، فالتكرار هنا يساعد على الوضوح بالإضافة إلى التأكيد.

(جـ) تقديم الأمثلة التى توضح المعنى الذى يقصده الكاتب.

(د) استخدام المقارنات التى تساعد على الوضوح، فالأشياء تتمايز بأضدادها.

وينبغى أن نشير إلى أهمية الحرص فى استخدام العناصر الأربعة السابقة حتى لا يؤدى ذلك إلى عكس المراد منها، فالتكرار لا يجب أن يصل إلى درجة الحشو، وتقديم الأمثلة والمقارنات يجب أن يقتصر على ما هو ضرورى منهما حتى لا يغرق القارئ فى التفصيلات أو يفقد الموضوع وحدته. كما أن استخدام هذه الأشياء يرتبط إلى حد كبير بطبيعة الرسالة وخصائص الوسيلة التى ستنقل بها.

(هـ) استخدام الترقيم إذا كانت الرسالة تتطلب ذلك، فهذا يساعد على سرعة الفهم والإلمام بمحتويات الرسالة، بالإضافة إلى زيادة القدرة على تذكر عناصر الموضوع. والدليل الذى يؤيد أهمية استخدام الترقيم هو ما يلجأ إليه كثير من الطلاب حينما يضعون أرقاماً لعناصر أى فكرة يدرسونها فى كتبهم لكى يسهل عليهم تذكر هذه العناصر مكتملة. كما ينبغى على الكاتب أن يستخدم علامات الترقيم الصحيحة ليساعد القراء على معرفة الوقفات الكاملة والقصيرة والإضافات، والتفسيرات، والجمل الاعتراضية وغيرها.

٥- **التلوين**: الأسلوب الذى يسير على وتيرة واحدة يبعث على الملل، ويصرف القارئ عن متابعته ، بينما تضفى الحركة والتنوع الحياة على الأسلوب وتجعل القراء ينجذبون إليه، ويتابعونه فى شغف واهتمام. ولكل كاتب طريقته فى تلوين أسلوبه بالصيغة التى تجعله محبباً لنوع معين من القراء، فقد يعمد الكاتب إلى استخدام الأساليب البلاغية كالطباق والجناس، والكناية، والاستعارة. وقد يلجأ إلى تنويع شكل الجملة، فيستعمل الجملة الاسمية بدلاً من الفعلية، أو يبدأ جملته بظرف زمان أو مكان، أو بسؤال، أو نداء، أو أمر. ومن الكتَّاب من يفاجئ القارئ بمثال صارخ أو بحقيقة غير متوقعة. كما أن اختيار الكلمات والاشتقاق منها، أو استخدام التراكيب الجديدة، كل ذلك يكسر الملل ويجعل الأسلوب عذباً وجذاباً. ولكن لابدَّ أن يعرف الكاتب متى

يلجأ إلى كل وسيلة من هذه الوسائل، وكيف يستخدمها الاستخدام الأمثل حتى لا تتناقض مع الصفات التى سبق شرحها وهى الانقرائية والانسيابية والرشاقة والوضوح.

ثانياً- لغة الإعلان :

يتصور البعض، خطأً، أن كتابة المضمون اللغوى أو اللفظى للإعلان هى نوع من الكتابة الإنشائية والكلمات المرصوصة، غير أن الحقيقة أنها مهارة ووظيفة عملية مركبة، فالكتابة الإعلانية تعد مزيجاً من المدخلات الأساسية التى تضم المهارات اللغوية، والفهم الاقتصادى، والقدرة على الإبداع تحت ضغوط الوقت وقيود المساحة المكانية والزمنية.

ويعد عنصر الكتابة من العوامل الحاسمة فى نجاح الإعلان الذى يعتمد على التأثير فى المستهلك من خلال إمكانيات اللغة، والطريقة التى يكتب بها الإعلان تحدد الدرجة التى يستطيع بها أن يؤثر فى اعتقادات- وبالتالى اتجاهات- المستهلك نحو المنتج. وكلما أجاد المعلن فى تقديم نص إعلانى تحققت فيه شروط النجاح ضمن هامشـاً أعلى من التأثير للإعلان نتيجة زيادة نسبة قارئيته بين المستهلكين، فالنص الإعلانى الجيد هو ما تكون قراءته أسهل من إهماله، وكاتب الإعلان يحاول دائماً أن يقدم هذه النوعية عن النصوص التى تكون قراءتها أسهل من إهمالها.

ولقد أشار أ.د. سامى عبد العزيز إلى بعض التعليمات والإرشادات التى يجب اتباعها لكى تكون لغة الإعلان فعالة ومؤثرة. ويمكن عرض أهم هذه الإرشادات على النحو التالى:

١- اكتبه بحيث يكون سهل القراءة، اكتب جملاً قصيرة واستخدم كلمات مألوفة وسهلة.

٢- لا تضيع الكلمات التى تستخدمها سدى، عليك أن تقول ما يجب أن

تقوله- دون زيادة، دون نقص، ابتعد عن الحشو، وكذلك ابتعد عن الاختصار الذى يخل بالمضمون.

٣- استخدم الزمن المضارع والمبنى للمعلوم، فاستخدامهما يجعل الأسلوب سهلاً ودقيقاً، وتجنب استخدام الزمن الماضى والمبنى للمجهول، والاستثناء فى ذلك يكون مقصوداً لإحداث تأثير معين.

٤- لا تتردد فى استخدام الضمائر الشخصية، وتذكر أنك تحاول أن تتحدث لشخص واحد فقط، لذلك يجب عليك أن تتحدث كما لو كنت تتحدث لصديق لك، وعليك أن تستخدم كلمة "أنت You" وضمير الملكية للمخاطب Your.

٥- لا تستخدم العبارات المبتذلة أو الركيكة، فعليك أن تعتاد الكتابة بدونها، وحاول أن تستخدم كلمات وجملاً براقة ومدهشة وتحوى عنصر المفاجأة مما ينعش القارئ ويجعله يستمر فى قراءة النص.

٦- لا تفرط فى استخدام علامات الترقيم، فإنها تقتل تدفق النص، فالفصلات الزائدة هى المسئول الأول عن هذا القتل فلا تعطِ للقارئ أى عذر ليقفز من إعلانك إلى غيره.

٧- قدِّم عهوداً واتفاقيات مع القارئ كلما أمكن ذلك، فإنها طريقة سريعة وشخصية وطبيعية ومؤثرة، فأحاديث الناس تقوم بصفة عامة على الاتفاقيات والعهود.

٨- لا تَـزْهُ أو تتفاخر بنفسك، اكتب من وجهة نظر القارئ لا من وجهة نظرك أنت، تجنب كلمات "نحن We" وضمير الملكية "Our" وضمير المفعول "Us" للمتكلم، واعمد إلى استخدام ضمير المخاطب "You, Your".

٩- اجعل عقلك محدداً فى فكرة واحدة، وحاول ألا تسعى لتحقيق كل شىء

فى نفس الوقت. فمن المعروف أنك لو حاولت أن تصطاد أكثر من عصفور فى وقت واحد سوف تفقدهم جميعاً.

١٠- اعتمد على موهبتك قدر المستطاع، واعمل على تحقيق الإثارة فى النص كلما أمكنك ذلك، وتأكد من أن حماستك التى تشعر أنت شخصياً بها تتدفق فى النص الذى تكتبه.

القواعد الأساسية لكتابة النص الإعلانى الفعال:

١- اكتب بوضوح Write Clearly:

فبالرغم من أهمية الموهبة والمهارة فى كتابة النص الإعلانى فإن أهم عنصر على الإطلاق هو الوضوح، تفهم القارئ للنص الإعلانى أهم من تأثره بالأسلوب الحاذق والماهر فى الكتابة. استخدم لغة بسيطة وسهلة، ومصطلحات محددة وواقعية، استخدم جملا غير معقدة، قصيرة، وبسيطة فى التركيبات النحوية. ولا تعمد إلى استخدام الجمل الطويلة المعقدة.

٢- تخير كلماتك بعناية Pick Your Word Carefully:

عليك أن تنظر بعناية وتختار الكلمات التى ستقوم بالوظيفة البيعية على أكمل وجه، وذلك فى حدود الأطر التى يعمل داخلها الإعلان، من قوانين، منافسين، ظروف محيطة، بيئة، وغيرها. وهذا يعنى أن تزن كل كلمة بعناية لتتعرف على المضامين التى يمكن أن تقدمها، وبذلك تختار الكلمة التى تعطى المضمون المطلوب، والتى لا يحتمل أن تحدث لبساً لدى القارئ.

٣- اكتب بصيغة المبنى للمعلوم Write in Active Voice:

فالاعتماد على المبنى للمعلوم أفضل خاصة فى النصوص الطويلة حيث يحدث لبسا للقارئ ويفقده تركيزه مع الإعلان، ولكن يفضل استخدام المبنى للمجهول فى النصوص القصيرة، حيث يجعله أكثر إثارة وأسرع فى التأثير.

٤- كن مختصراً Be Concise:

كلما قصر طول النص أدى عمله بنجاح أكثر، ولكن يجب ألا يكون ذلك على حساب المضمون والمعلومات الواجب ذكرها فى النص، مما يخل بالمعنى ويفقد الإعلان تأثيره وإنما يتم توفيق ذلك حسب هدف الإعلان وظروف كل سلعة.

٥- ابذل قصارى جهدك كى تكون النقلات سهلة بين كل جملة والأخرى وكل فقرة والتى تليها....

Strive for Easy Transition from ....

فلابد أن يتحرك النص ويتدفق برفق ونعومة، وبلا جهد زائد من القارئ، فيجب ألا توجد تغيرات مفاجئة وحادة، وعليك أن تتجنب النقلات الصناعية، والجمل المفتوحة حيث إنها تصيب القارئ بالملل، وليس من الضرورى أن تأتى النقلات دائماً فى بداية الجمل، ولا بكلمات صريحة. وإنما مضمون الجملة نفسه قد يكون كافياً لإحداث النقلة المطلوبة.

٦- اكتب بطريقة مليئة بالحيوية والوضوح Write Vividly:

يجب أن تختار الكلمات الدقيقة، وسهلة التذكر وتضعها معاً جميعاً فى سياق سهل الاستيعاب فى ذهن القارئ كى تحقق هضم الإعلان وتمثيله بسهولة وبسرعة فى عقل القارئ.

٧- تجنب الكلشيهات الجاهزة والعبارات الرتيبة الطنانة:

Avoid the Cliches of Advertising Copy

فلابد أن تعتمد على إبداعك وتفكيرك أنت، حيث إن اعتمادك على الكلشيهات الجاهزة يجعل إعلانك رتيباً ويصرف القارئ عنه، حيث لا يوجد به ما هو جديد ومبدع ليدفع القارئ للاستمرار فى قراءته للنهاية وبهذا تفقد كل شىء ويذهب جهدك أدراج الرياح.

٨- تجنب الطريقة المباشرة فى عرض المزايا Avoid the Obvious:

لو أن لديك ميزة أو منفعة للسلعة معروفة بالفعل للمستهلك فمن الآمور المميزة أن تركز على ميزة أو منفعة إضافية، مع الإشارة إلى الميزة الأصلية - فقط- بطريقة مباشرة وملموسة.

٩- اعقد المقارنات Make Comparisons :

وهنا نجد أن شكل الحديث المقارن يضفى طابعاً درامياً على سلعتك، وكأن سلعتك أصبحت فى مجال المنافسة والمقارنة مع غيرها من السلع لتوضح فى النهاية مدى تفوقها وجودتها.

١٠- اكتب النص من أجل الجمهور:

Tailor the Copy to the Audience

فعليك أن تضع نفسك مكان القارئ وتفهم طبيعة الوسيلة التى سيظهر إعلانك فيها، وعندما تعرف ما الذى سيرضى القارئ ويقنعه من ناحية، وما يناسب الوسيلة من ناحية أخرى - اكتب النص بناء على ذلك.

١١- وجه حديثك للفرد Write for the Individual:

فبالرغم من أنك تكتب أصلاً للجماعة، فإنه من الأفضل أن توجه حديثك للفرد، وحاول أن تحافظ على الصوة الطيبة للعلاقة بين البائع والمشترى، فلابد أن تكتب بطريقة غير رسمية، فى شكل محادثة، وبشكل مناسب وملائم، وبصورة حميمة وخصوصية قدر المستطاع، فالطريقة المنطقية لزيادة إحساس القارئ بالنص هى أن تتحدث إليه مباشرة. وكلمة "أنت You" من الكلمات التى تستحق أن تكون الكلمة الشائعة فى كل نص إعلانى.

خصائص إضافية للغة الإعلان :

أشار أ.د. سمير حسين فى كتابه المهم: "الإعلان" إلى بعض الصفات وكذلك الإرشادات التى يجب توافرها أو اتباعها فى تحرير النص الإعلانى؛ يمكن إجمالها

فيما يلى:-

- **الاختصار**: ولا يعنى ذلك عدم عرض المعلومات جميعها وإنما يعنى استخدام البساطة فى عرضها ، ذلك أن الرسالة التى تصل إلى قلب الموضوع مباشرة هى الرسالة ذات الفعالية، والتى يفضلها الناس لأنها تأخذ أقل وقت ممكن من القارئ وتحكى القصة الإعلانية بأقل عبارات ممكنة.

- **التجديد**: يجب على محرر الإعلان أن يتجنب الكلمات والجمل التقليدية الشائعة فى الإعلانات الأخرى، وأن يجدد فى اختيار الكلمات حتى لا تصبح إعلاناته نسخاً مكررة من إعلانات أخرى.

- **التخصص**: إن التعميم فى عرض الرسالة الإعلانية قد يؤدى فى بعض الحالات إلى خدمة السلع المنافسة، ذلك أن هناك بعض السلع والخدمات المتشابهة، ويجب على محرر كل ماركة منها أن يضع فى إعلانه جميع المواصفات الخاصة بالسلعة من حيث الشكل والقوة والملامح - فضلاً عن عرض صورة السلعة - وذكر الخصائص المحددة للخدمة المعلن عنها، حتى لا يختلط الأمر على المستهلك ويشترى سلعة منافسة للسلعة المعلن عنها بناء على الإعلان.

- **ذكر مزايا إضافية**: إذا كانت السلعة أو الخدمة المعلن عنها تتمتع بميزة أساسية واضحة ومعروفة لكافة المستهلكين ؛ يمكن الاستفادة من ذلك فى ذكر مزايا إضافية لها قد تكون خافية على المستهلك أو واضحة، مع الاستفادة من رنين الميزة الرئيسية فى تدعيم المزايا الإضافية.

- **يجب أن يتضمن كل إعلان الحديث البيعى الكامل**: يجب أن يضع المحرر فى ذهنه أن الإعلان الذى سيكتبه هو الإعلان الأول والأخير، أى يجب ألا يعتمد على أن القارئ قرأ قبل ذلك إعلانات خاصة بهذه السلعة أو

الخدمة، أو أنه سيقرأ مستقبلاً بعض النقاط البيعية الأخرى التى ستتضمنها الإعلانات القادمة.

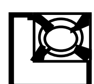
-**يجب أن تكون اللغة المستخدمة مناسبة ومطابقة:** وفى هذا المجال يجب استخدام كلمات قصيرة بدلاً من الطويلة ما أمكن، مع اختيار الكلمات السهلة والبسيطة التى يفهمها المستهلكون المرتقبون، مع ملاحظة أن المتعلمين يفهمون الكلمات البسيطة كما يفهمون المعقدة، ولكن جماهير المستهلكين على اختلاف مستوياتها تفهم الكلمات البسيطة والسهلة أكثر من المعقدة، وعلى ذلك فيجب استخدام هذه الكلمات التى تجعل من السهل على مختلف فئات المستهلكين أن يفهموا الرسالة الإعلانية، وأن يشرحوا لأصدقائهم ومعارفهم فوائد السلعة ومزاياها. كما يجب أن تكون الكلمات المستخدمة فى النص متناسبة مع نوع المستهلكين الموجه إليهم الرسالة الإعلانية وأن تكون متمشية مع موضوع الإعلان.

أهمية التركيز على نقطة واحدة فى الإعلان: فى حالة تعدد المزايا والنقاط البيعية - وفى إطار حملة إعلانية طويلة مخططة ومدروسة بدقة - يمكن عمل مجموعة متتابعة من النصوص الإعلانية عن السلعة يركز كل إعلان منها على خاصية أو ميزة واحدة من مزايا السلعة ، ويتم نشر كل إعلان منها أو عرضه أو إذاعته لفترة محسوبة يتم خلالها استيعاب الجمهور لها ، ويطلق على هذا الأسلوب اصطلاح One-Point-Per-Advertisement Idea وهو من الأساليب المتبعة فى الإعلان عن العديد من السلع والخدمات العالمية، بهدف التركيز على خاصية أساسية فى السلعة وعدم تشتيت القارئ بين مزايا متنوعة عديدة.

-**ضع التعليقات تحت الصور والرسوم:** إن وضع التعليقات تحت الصور والرسوم يزيد من درجة إثارة الاهتمام بها وتوضيح معناها ، وقد دلت

الدراسات على أن للقراء عادة قراءة التعليقات المختصرة تحت الصور بدرجة كبيرة، وهذه نقطة مهمة يجب أن يدركها المحرر بحيث لا يترك أية صورة دون عرض التعليق الخاص بها.

- **أهمية ترجمة المعنى:** تقع الصحف العربية فى خطأ شائع بالنسبة لتحرير الإعلانات الأجنبية؛ حيث لوحظ أن بعض النصوص الإعلانية الخاصة بترويج بعض السلع أو الخدمات الأجنبية تترجم إلى اللغة العربية من لغتها الأجنبية دون تصرف ودون مراعاة أن النص الذى يصلح لإقناع القارئ الأجنبى قد لا يصلح لإقناع القارئ العربى، وعلى ذلك فإن ترجمة النص الإعلانى تتنافى مع الأسس السيكولوچية والفنية فى تحرير الإعلان، وعلى محرر الإعلان فى هذه الحالة - أو المترجم- أن يستوعب النص الأجنبى استيعاباً متكاملاً من حيث المعنى، ثم يبدأ فى ترجمة المعنى بما يتوافق مع تفكير القارئ العربى، وبدون التزام حرفى بالنص الأجنبى.



ملخص الوحدة السابعة

أولاً ـ لغة منشورات العلاقات العامة وبياناتها:

- لكى تحقق منشورات وبيانات العلاقات العامة أهدافها المتمثلة فى الإعلام عن أهداف المنشأة وأوجه نشاطها ومحاربة الشائعات الضارة بهذا النشاط، وشرح سياسة المنشأة لجمهور العاملين والمتعاملين معها، فلابدَّ أن يتم كتابتها بلغة واضحة وسلسلة خالية من أى غموض بحيث لا تحدث أى لبس أو إبهام لدى الجمهور المستهدف.
- من الصفات التى يجب توافرها فى أية رسالة للعلاقات العامة:

١- الانقرائية: ويقصد بها نفاذ كلمات الرسالة إلى عقل المستقبل بسرعة وسهولة ، مع القدرة على تذكر محتواها إذا دعت الضرورة.

٢- الإنسيابية: ويقصد بها الترابط المنطقى بين أجزاء الرسالة والذى يحفظ اهتمام القارئ بالرسالة إلى نهايتها.

٣- الرشاقة: والمقصود بها أن يمس الكاتب موضوعه مساً مباشراً ومحدداً، وأن يصل إلى هذه النقاط من أقصر طريق.

٤- الوضوح: تسهم كل صفة من الصفات الثلاث السابقة فى إضفاء صفة الوضوح على الرسالة بما يساعد على فهمها.

٥- التلوين: ويقصد بهذه الصفة تنوع الأساليب التى يستخدمها الكاتب فى رسالته منعاً للملل والرتابة.

ثانياً ـ لغة الرسائل الإعلانية :

- يعد عنصر الكتابة من العوامل الحاسمة فى نجاح الإعلان الذى يعتمد على التأثير فى المستهلك من خلال إمكانيات اللغة، والطريقة التى يكتب بها

الإعلان تحدد الدرجة التى يستطيع أن يؤثر فى اعتقادات وبالتالى اتجاهات المستهلك نحو المنتج.

ومن الاعتبارات التى يجب توافرها فى الرسالة الإعلانية:

١- اكتب بوضوح.

٢- تخير كلماتك بعناية.

٣- اكتب بصيغة المبنى للمعلوم.

٤- كن مختصراً.

٥- اكتب بطريقة مليئة بالحيوية والوضوح.

٦- تجنب الكلشيهات الجاهزة والعبارات الرتيبة.

٧- تجنب الطريقة المباشرة فى عرض المزايا.

٨- اكتب النص من أجل الجمهور.

٩- وجه حديثك للفرد.

١٠- اعقد المقارنات.

أسئلة على الوحدة السابعة

؟

س١: اذكر أهم الخصائص التى يجب توافرها فى رسائل وبيانات ومنشورات العلاقات العامة .

س٢: وضح المقصود بالمصطلحات التالية :

- الانقرائية.
- الإنسيابية.
- الرشاقة.
- الوضوح.
- التلوين.

س٣: اذكر أهم القواعد الأساسية لكتابة النص الإعلانى الفعال .

س٤: اذكر أهم خصائص النص الإعلانى الفعال .

س٥: ما هى أهداف منشورات وبيانات العلاقات العامة ؟

مراجع الوحدة السابعة

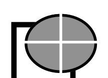
(١) على عجوة (١٩٨٥): ***الأسس العلمية للعلاقات العامة***. القاهرة، عالم الكتب، ط٣.

(٢) سمير حسين (١٩٨٤): ***الإعلان***. القاهرة، عالم الكتب، ط٣.

(٣) سامى عبد العزيز: ***فن الإعلان***. تحت الطبع.

(4) Victor A. Schwab (1962): ***How to write a good advertisement.*** New York: Harper & Brothers.

(5) Flesch, Rudolf (1972): ***Say what you mean***. New York, Harper and Row Publishers, Inc.



الوحدة الثامنة

أخطاء شائعة فى اللغة المستخدمة فى وسائل الإعلام

الأهداف السلوكية :

بعد دراسة الدارس لموضوع الوحدة، يجب أن يكون قادراً على أن :

١- يُعدد أنواع المآخذ الصوتية والنطقية التى يقع فيها المذيعون.

٢- يحدد المآخذ الصوتية التى تتعلق بصوت المذيعين وأدائهم .

٣- يصنف المآخذ النحوية والتركيبية فى لغة الإعلام .

٤- يعرّف أهم الملاحظات على جانب الصوت والأداء بالنسبة للمذيعين.

٥- يحدد كيفية تجنب المآخذ الصوتية والنطقية.

٦- يذكر أهم المآخذ الصرفية.

٧- يصنف المآخذ المعجمية والدلالية.

٨- يطبق قواعد اللغة الإعلامية فى تصحيح التراكيب اللغوية .

العناصر :

- مقدمة.
- المآخذ الصوتية والنطقية.
- أهم الملاحظات على جانب الصوت والأداء.
- أهم المآخذ الصرفية.
- أهم المآخذ النحوية والتركيبية.
- أهم المآخذ المعجمية والدلالية.

الوحدة الثامنة

أخطاء شائعة فى اللغة المستخدمة فى وسائل الإعلام

مقدمة :

فى عصر السماوات المفتوحة، والتقنية الرقمية، تعددت وسائل الإعلام تعدداً كبيراً، وتكاثرت بشكل كبير، الأمر الذى أدى إلى ازدياد الحاجة إلى عدد كبير من العاملين فى هذه الوسائل؛ نتيجة لهذه الحاجة فقد تسرب إلى وسائل الإعلام عدد غير قليل من الإعلاميين الذين لم تتح لهم الفرصة الكافية للتدريب والتأهيل اللغويينْ مما أدى إلى كثرة الأخطاء والمآخذ نطقاً وكتابة.

ومشكلة الأخطاء اللغوية عند الإعلاميين أنها ملحوظة، وبتجاهلها تصبح هذه الأخطاء هى القاعدة، وتصل هذه الأخطاء إلى قاعدة عريضة من الجمهور فتشيع وتصبح ظاهرة للعيان. وما لم يكن هناك تصحيح دائم لهذه الأخطاء وتقويم مستمر للأداء اللغوى لهؤلاء الإعلاميين، فمن الممكن أن تضيع اللغة فى سنوات معدودات، ونفقد هويتنا فى سنوات أقل.

وفى هذه الوحدة نحاول أن نركز على أهم الأخطاء والمآخذ النطقية والكتابية التى يقع فيها العاملون فى وسائل الإعلام، وتوجد كتب كثيرة للمستزيدين من الدارسين لعلَّ أبرزها كتاب العالم اللغوى الدكتور أحمد مختار عمر وعنوانه "أخطاء اللغة العربية المعاصرة عند الكتاب والإذاعيين".

وبسبب طبيعة الكتاب الجامعى والمفصلة فقد اعتمدنا عليه اعتماداً كبيراً فى هذه الوحدة.

ويمكن بصفة عامة توضيح هذه الأخطاء والمآخذ على النحو التالى :

المآخذ الصوتية والنطقية :

نعنى بالمآخذ الصوتية والنطقية تلك التى لا تظهر فى النص المكتوب، وإنما

يكشف عنها النطق الشفاهى، وتدركها أذن السامع، ولذا فهى تتعلق بالإعلام المسموع وحده دون المكتوب.

ويدخل تحت هذه المآخذ أنواع ثلاثة:

(أ) ما يخص جانب الصوت والأداء.

(ب) ما يخص جانب المعجم أو ضبط بنية الكلمة بالشكل، وقد تدخل فيه بعض الانحرافات الصرفية.

(جـ) ما يخص جانب النحو، أو الضبط الإعرابى.

أولاً- أهم الملاحظات على جانب الصوت والأداء :

١- الاستخدام المعيب للوسائل الصوتية غير اللفظية:

أهم ما يلفت النظر فى جانب الصوت والأداء افتقار كثير من المتحدثين إلى الثقافة الصوتية، وإلى التدريب الكافى على استخدام الإمكانيات الصوتية المتنوعة التى تدخل تحت ما يسمى بالوسائل الصوتية غير اللفظية، أو الملامح النطقية غير التركيبية المصاحبة للعملية الكلامية، والمشاركة لها فى أداء الرسالة اللغوية، والمستخدمة لتنويع نماذج الأصوات، مثل النبر، والتنغيم، ودرجة الصوت، ومعدل سرعته أو استمراريته، ونوعيته، ومدى ارتفاعه، وطول الوقفة أو السكتة. وربما كان من أكثر السلبيات لفتاً للنظر فى هذا المقام ما يلى :

(أ) كثرة السكتات والوقفات الخاطئة من المتحدث أو المذيع: ومن ذلك مثلاً حينما قرأ مذيع بإحدى القنوات الجملة الآتية :

" إن أسلوب الشتائم الذى يتبعه العراق (وقفة) دائماً أسلوب المفسدين" وكان الأصح أن تكون الوقفة بعد دائماً وليس قبلها.

(ب) الخطأ فى تنغيم الجملة أثناء قراءتها: فالجملة أثناء الاستمرار فى نطقها لها تنغيم معين، وعند انتهائها يصبح لها تنغيم آخر... وهكذا. والجملة التقريرية لها تنغيم، والاستفهامية لها تنغيم ثان، والاحتمالية لها تنغيم ثالث، والتوكيدية لها تنغيم رابع... وهكذا.

٢- نطق الأصوات نطقاً معيباً:

ومن ذلك على سبيل المثال:-

(أ) الخلط بين الصوتين المجهور والمهموس فى النطق، وخصوصاً تحت تأثير عامل المماثلة الصوتية. وتظهر خطورة هذا الخلط بصورة أوضح حين تشتمل اللغة على المقابلين المجهور والمهموس مما قد يؤدى - عن طريق التبادل بينهما - إلى تغيير المعنى أو تشويهه كما يحدث مع التقابلات الصوتية الآتية :

الدال والتاء - الذال والثاء - الزاى والسين، العين والحاء - الغين والخاء.

ومن ذلك نطق أحد المذيعين لجملة "**تعتقد** أن الوضع فى لبنان" هكذا "تعتقد أن ..." كما قرأ مذيع آخر العبارة "إليكم نشرة الأخبار" هكذا "إليكم نشرة الأغبار" حيث جهر الخاء تحت تأثير الباء المجهورة فتولدت الغين.

(ب) الخلط بين الصوتين المرقق والمفخم تحت تأثير عامل المماثلة الصوتية، وذلك مثل الخلط بين :

ساح وصاح - تاب وطاب - باد وباض - تكدير وتقدير - برد قارص، برد قارس.

٣- الخلط بين "الـ" الشمسية و"الـ" القمرية" :

تتحول لام الأولى إلى صوت مماثل لما بعدها ويدغم الصوتان، أما لام الثانية فتحتفظ بشخصيتها، ولا تتحول إلى صوت آخر. وتكون "الـ" شمسية إذا وليها أحد الأصوات الآتية :

ذ - ث - ظ - د - ت - ط - ز - س - ص - ض - ن - ر - ش

وتكون قمرية إذا وليها أحد الأصوات الآتية :

ب - م - ف - ك - خ - غ - ق - ع - ح - هـ - همزة - ج.

٤- الخلط بين همزتى الوصل والقطع:

همزة الوصل هى تلك التى يتوصل بها إلى النطق بالساكن، وتتميز بثلاثة أحكام:

(أ) أنها تسقط فى النطق عند وصل الكلمة بما قبلها.

(ب) أنها تظهر فى الكتابة فى صورة ألف دون همزة.

(جـ) أنها تضبط حين البدء بها بحركة معينة.

أما همزة القطع فتثبت فى جميع الأحوال ابتداء أو وصلاً، وتظهر فى الكتابة فى صورة ألف تحتها أو فوقها همزة.

وتنحصر مواضع همزة الوصل فيما يأتى:

المواضــع	الأمثلة	حركة الهمزة
١- "ال" التعريف .	اَلرجل - اَلكتاب	فتحة
٢- ماضى الخماسى والسداسى.	اِعتقد - اِستفهم	كسرة
٣- أمر الخماسى والسداسى.	اِعتقدْ - اِستفهمْ	كسرة
٤- مصدر الخماسى والسداسى.	اِعتقاد - اِستفهام	كسرة
٥- أمر الثلاثى الساكن ثانى مضارعه.	أ- مكسور العين: اِعْدِلْ	كسرة
	ب- مفتوح العين: اِسْمَعْ	كسرة
	جـ- مضموم العين: أُنْصُر	ضمة
٦- ماضى الخماسى والسداسى المبنيين للمجهول	أُعْتُقد - أُسْتُخْرج	ضمة
٧- كلمات محصورة أشهرها:	اِسم - اِبْنة - اِبْن - اِمرأة - اِثنان - اِثنتان	كسرة

وقد تبين أن معظم الخطأ فى همزة الوصل يظهر فى لغة المتحدثين فى أمرين:

(أ) النطق بهمزة الوصل فى دَرَج الكلام، بمعنى تحويلها إلى همزة قطع، كما فى الأمثلة الآتية:

الكلمة	المثال	الصواب
الإسم	بهذا الإسم	الاسم[١]
إثنان	وأصيب إثنان منها	اثنان
الإثنين	تبدأ يوم الاثنين	الاثنين
ألأمة	قضايا ألأمة العربية	الأمة
ألمحتلة	فى الضفة الغربية ألمحتلة	المحتلة
إعتياديا	يتكلم إعتياديا	اعتياديا
ألإستقالة	هذه ألإستقالة لا معنى لها	الاستقالة[٢]

(ب) فى ضبطها بالشكل حين البدء بها. وقد تمثل ذلك أكثر ما تمثل فى كلمة "اثنين"حيث تنطقها بعض الإذاعات العربية بفتح الهمزة، والصواب كسرها.

كما تمثل فى ماضى الخماسى والسداسى حين يكون مبنياً للمجهول، كما فى الجمل الآتية:

* «فى اجتماع اقْتُصر على الرئيسين[٣].
* «استُخْدِم استخداما خاطئا»[٤].
* «اخْتُتِمت أمس فى باكستان»[٥].

---

(١) تنطق: لِسْم بحذف همزة "ال"، وهمزة "اسم".

(٢) وكذلك فى كلمات مثل: انتفاضة، اتحاد، اهتمام، انضمام، اقتراح... إلخ.

(٣) الفعل مبنى للمعلوم فى الحقيقة، وصحة نطقه: اقتَصَرَ.

(٤) صحتها: أُسْتُخْدم.

(٥) صحتها أُخْتُتمت.

ثانياً – أهم المآخذ الصرفية :

تتنوع المآخذ الصرفية فى لغة العصر وتتعدد ، وهى تلك المآخذ التى تخرج على قاعدة من قواعد تصريف الكلمات وطرق اشتقاقها. ومن أبرز هذه المآخذ:

١- أخطاء التثنية

يوجد خطآن شائعان فى باب التثنية ؛ يتعلق أحدهما بتثنية المقصور، مثل كبرى، ودعوى، والآخر باستعمال كلا وكلتا.

(أ) تثنية المقصور:

القاعدة أن الألف إذا كانت ثالثة ترد إلى أصلها عند التثنية، فيقال فى تثنية «فتى» «فتيان»، وفى تثنية «عصا»: «عصوان». وإذا كانت رابعة فصاعدا تبدل ياء.

وفى لغة الإعلام الأمثلة الخاطئة الآتية:

الكلمة	تثنيته فى لغة الإعلام	الأمثلة	الصواب
عصا	عصاتان[١]	كان يتوكأ على عصاتين..	عَصَوَين
عظمى	عظمتان	الدولتان العُظْمتان	العُظْمَيَان
	عظميتان	الدولتان العُظْمَيتَان	
كُبْرى	كُبْرتان	البنتان الكُبْرتان	الكُبْريان
دعوى	دعوتان	أقام دعوتين على خصمه	دعويين

(ب) استعمال كلا وكلتا:

هناك قاعدتان تحكمان استخدام هذين اللفظين وهما:

١- تخصيص «كلا» للمثنى المذكر، و«كلتا» للمثنى المؤنث[٢].

---

(١) هناك لغة شاذة فى «عصا» بإضافة التاء. وقد قيل: إن أول لحن (خطأ)سمع بالبادية قولهم: «هذه عصاتى».

(٢) هذا هو الفصيح الذى يجب أن تجرى عليه لغة الإعلام. ومن غير الفصيح استخدام «كلا» مع المؤنث المجازى، كما قرئ فى الشواذ: «كلا الجنتين آتت أكلها».

جدول وضع «كلا» مكان «كلتا»:

الكلمة مفردة	الجملة التى وردت فيها	الصواب
امرأة	قامت كلا المرأتين..	كلتا المرأتين
دولة	كلا الدولتين تتنافسان فى شراء السلاح	كلتا الدولتين
لغة	أجاد كلا اللغتين	كلتا اللغتين
منطقة	فى كلا المنطقتين	كلتا المنطقتين

جدول الخطأ فى إعراب كلا وكلتا:

نوع الكلمة	الجملة التى وردت فيها	الصواب
مضافة للضمير	لأن كلاهما لا يتفق مع مصلحة الجماهير	لأن كليهما
مضافة للاسم الظاهر	وهو فاتح كلتى عينيه	كلتا عينيه
	فى كلتى الحالتين	فى كلتا الحالتين

٢- أخطاء الجمع

ومن الممكن تصنيف هذه الأخطاء على النحو التالى:

(أ) أخطاء فى ضبط عين فَعْلة المجموعة جمع مؤنث سالما.

(ب) أخطاء فى ضبط فاء فِعْلة المجموعة جمع مؤنث سالما.

(جـ) الخطأ فى جمع المقصور أو الممدود جمع مؤنث سالما.

(د) الخلط بين جمع التكسير وجمع المؤنث السالم.

(هـ) الخلط بين المفرد وجمع المؤنث السالم.

(و) أخطاء فى جمع المفرد جمع تكسير.

(ز) الخطأ فى جمع المقصور جمع مذكر سالما.

(ح) جموع أخرى خاطئة.

(أ) أخطاء فى ضبط عين فَعْلة المجموعة جمع مؤنث سالما:

تقول القاعدة الصرفية : إنه إذا كانت «فَعْلة» صحيحة العين، فإنها عند جمعها جمع مؤنث سالما يجب تحريك عين الكلمة بالفتح إتباعا لفائها.

أما إذا كانت «فَعْلة» معتلة العين فإنه يمتنع تحريكها بالفتح وتظل ساكنة. وتكثر مخالفة هاتين القاعدتين فى أجهزة الإعلام المسموعة، كما يبين من الجدولين الآتيين:

فَعْلة صحيحة العين :

الكلمة مفردة	العبارة التى وردت مجموعة فيها	الصواب
جَلْسة	جَلْسات المؤتمر	جَلَسات
حَلْقة	تعد إحدى الحَلْقات المهمة	الحَلَقات
حَمْلة	لوقف الحَمْلات الإعلامية الرد على الحَمْلات المضللة	الحَمَلات
رَكْلة	رَكْلات الجزاء	رَكَلات
صَفْقَة	عدم عقد أى صَفْقات للإفراج عن الرهائن	صَفَقَات
طَلْقة	عدة طَلْقات تحذيرية	طَلَقَات
نَدْوة	فى نَدْوات كثيرة	نَدَوات
هَجْمة	قد تشارك فى الهَجْمات الجوية على العراق	الهَجمات

فَعْلة معتلة العين:

الكلمة مفردة	العبارة التى وردت مجموعة فيها	الصواب
جَوْلة	فى جولة جديدة من جَوَلات الكاميرا	جَوْلات
دَوْرة	فى إحدى الدَوَرات التدريبية	الدَوْرات
نَوْبة	تعرض لعدة نَوَبات قلبية	نَوْبات

(ب) أخطاء فى ضبط فاء فِعْلة المجموعة جمع مؤنث سالما:

حين تجمع فِعْلة جمع مؤنث سالما فإن فاءها لا يتغير ضبطها، أما عينها فتبقى ساكنة كما هى، ويجوز فيها الفتح، والإتباع لحركة الفاء. ولكن يخرج كثير من المذيعين على هذه القاعدة عن طريق ضبط فاء الكلمة بالفتح كما يبين من الأمثلة الآتية:

الكلمة مفردة	العبارة التى وردت مجموعة فيها	الصواب
خِدْمة	مقابل خَدَماته الاجتماعية	
	لا تستغنى عن خَدَماته	خِدْمات
	لوقف خَدَمات النقل العام	
رِحْلة	اشترك فى كثير من رَحَلات الفضاء	رِحْلات
	ألغت جميع رَحَلاتها إلى المنطقة	
فِلْذة	فَلَذات أكبادنا	فِلْذات[١]

(جـ) الخطأ فى جمع المقصور أو الممدود جمع مؤنث سالما:

تكرر الخطأ فى كلمتين اثنتين هما:

١- مُشْتَرَوات، وصحتها مُشْتَرَيات، لأن المفرد: مُشْتَرَى، فحقّ ألفه أن تبدل ياء فى الجمع لأنها خامسة فى الكلمة[٢].

٢- خُضْرَوَات، وصحتها: «خَضْرَاوات»، وفى الحديث النبوى: «ليس فى الخَضْروات صدقة». ويطلق على الأخضر من البقول: خَضْراء، وتجمع على خَضْراوات، وخُضْرة، وتجمع على خُضَر، وخُضَارة، وتجمع على خُضَار. فيجب أن تستخدم وزارة التموين واحدا من الجموع الثلاثة الأخيرة الصحيحة بدلا من الجمع الخاطئ .

---

(١) قد يضاف إلى هذا قولهم : «فَقَرات» فى جمع فِقْرة.

(٢) تنطبق القاعدة على الألف الرابعة فصاعدا.

(د) الخلط بين جمع التكسير وجمع المؤنث السالم:

المعروف أن جمع التكسير ينصب بالفتحة، وأن جمع المؤنث السالم ينصب بالكسرة. ولكن يلاحظ وقوع خلط بين النوعين، وبخاصة فى معاملة جمع المؤنث معاملة جمع التكسير، ونصبه بالفتحة كما يبين من الأمثلة الآتية:

جمع المؤنث	العبارة التى ورد فيها	الصواب
بنات	ليت بناتَنا	بناتِنا
سلطات	تولى الجنرال ديجول سلطاتَه عام..	سلطاتِه
سمات	إذا عرفوا سماتَ هذا العمل	سماتِ
شبهات	استطاعوا أن يغرسوا الشبهاتَ والشكوك فى نفوس المسلمين.	الشبهاتِ
قوات	حتى يسحب قواتَه من الكويت	قواتِهِ
	أمريكا لن ترسل قُوَّاتاً إلى المنطقة	قواتٍ
صفات	تختلف شكلا وصِفاتاً	وصفاتٍ

كذلك يقع الخلط بصورة عكسية، أى عن طريق معاملة جمع التكسير معاملة جمع المؤنث السالم، ونصبه بالكسرة، كما يبين من الأمثلة الآتية:

الجمع	العبارة التى ورد فيها	الصواب
قُضاة	إن قضاتِنا..	قضاتَنا
أصوات	أصدر أصواتٍ	أصواتاً
أوقات	إن الذين يَدَعون الأوقاتِ تَمرُّ	الأوقاتَ

(هـ) الخلط بين المفرد وجمع المؤنث السالم :

كثر الخلط فى بعض المفردات التى تنتهى بتاء مربوطة أو مفتوحة على توهم أنها من جمع المؤنث السالم، فبدلاً من نصبها بالفتحة نصبت بالكسرة. وقد ورد هذا الخلط فى ثلاث كلمات هى:

الجمع	العبارة التى ورد فيها	الصواب
رُفات	وجدوا رُفاتِ الملاحين	رُفاتَ[1]
مباراة	قد خسر مباراتِه الأولى	مباراتَه
معاناة	تحمَّل معاناةِ حرب استمرت ثمانى سنوات	معاناةَ
حرارة	تفقد حرارَتِها	حرارَتَها

٣- أخطاء الإسناد

لوحظ وجود ست حالات كثر فيها الزلل عند إسناد الأفعال إلى الضمائر، وهى:

(أ) إسناد الفعل الثلاثى المجرد المقصور إلى ألف الاثنين.

(ب) إسناد الفعل الناقص الواوى إلى نون النسوة.

(جـ) إسناد الفعل المقصور إلى واو الجماعة أو ياء المخاطبة.

(د) إسناد الفعل المقصور المؤنث بالتاء إلى ألف الاثنين.

(هـ) إسناد فعل الغائب إلى نون النسوة.

(و) إسناد الماضى المضعف إلى ضمائر الرفع المتحركة.

---

(١) الكلمة مفرد على وزن فُعَال مثلها فى ذلك مثل: فُتات وسُبات وسُكات... إلخ.

(أ) إسناد الفعل الثلاثى المجرد المقصور إلى ألف الاثنين :

القاعدة فى هذا النوع من الأفعال أن ترد الألف فى الواوى إلى الواو، مثل: عَزَوَا، وفى اليائى إلى الياء، مثل: رَمَيَا.

وفى لغة الإعلام أمثلة كثيرة خرجت على هذه القاعدة، حيث ردت فيها الألف الواوية إلى الياء، كما يبدو من الأمثلة الآتية:

الفعل	الجملة التى ورد فيها	الصواب
دعا	دَعَيَا الرئيس ماركوس إلى الاستقالة	دَعَوَا
	كانا قد دَعَيَا إلى مؤتمر دولى	
هجا	هَجَيَا صاحبهما	هَجَوَا
جثا	جَثَيَا على ركبتيهما	جَثَوَا
رجا	رَجَيَا الله أن يحفظ لهما ولدهما	رَجَوَا
تلا	تَلَيَا الرسالة	تَلَوَا
صحا	صَحَيَا من نومهما	صَحَوَا
بدا	بَدَيَا فى صورة مريبة	بَدَوَا

وبذلك ساوت لغة الإعلام بين هذا النوع، وما كانت ألفه يائية مثل قضى: «قضيا دينهما»، وسقى: «سقياه لبنا».

(ب) إسناد الفعل الناقص الواوى إلى نون النسوة:

القاعدة الصرفية فى هذا النوع من الأفعال – مثل: يسمو، ويدعو، ويرجو – أن تظل الواو كما هى وتزاد النون على الفعل دون تغيير فيقال: النساء يسمون.. ويدعون.. ويرجون.

ولكن لغة الإعلام تبدل الواو ياء بتأثير الوهم أن الصيغ السابقة خاصة بالمسند إلى واو الجماعة. ولذا فالفعل «يشكو» يأتى فى لغة الإعلام على النحو التالى:

(أ) السيدات اللاتى تشكين من العقم يواجهن الحقيقة المؤلمة.

(ب) طالبات الفرقة الثانية يشكين من طول منهج الرياضيات.

والصواب فى الاثنتين: يشكون. وهى صورة تشابه مع المسند إلى واو الجماعة فى مثل: الطلاب يشكون. ولكن الفرق بينهما يظهر فى التحليل[١]، أو فى حالتى النصب والجزم كما يبدو فى المثال التالى:

الطلاب لم يشكوا من الامتحان.

الطالبات لم يشكون من الامتحان.

(جـ) إسناد الفعل المقصور إلى واو الجماعة أو ياء المخاطبة :

القاعدة فى ذلك أن تحذف الألف وتبقى الفتحة قبل واو الجماعة أو ياء المخاطبة، للدلالة على الألف المحذوفة، كما فى الأمثلة الآتية:

استدعى: استدعَوْا.

استولى: استولَوْا.

يَرْضَى: يرضَوْن – ترضَيْن.

يسْعَى: يسَعْون – تَسْعَيْن.

ولكن فى لغة المذيعين كثيراً ما يتم ضم ما قبل واو الجماعة كما يبين من الجدول الآتى:

---

(١) فى: الطالبات يشكون: الواو هى لام الفعل، والنون نون النسوة. وفى: الطلاب يشكون: الواو هى واو الجماعة، والنون نون الرفع.

الفعـل قبل الإسناد	الفعل فى جملته بعد الإسناد	الصواب
يبقَى	مشاة البحرية الأمريكية سيبقُون فى لبنان	سيبقَوْن
أجْرَى	محادثان أجرُوها فى مصر ودمشق	أجْرَوْها
أدلَى	ممن أدْلُوا بأصواتهم	أدلَوْا
أردَى	وأردُوه قتيلا	وأردَوْه
اعتدى	قد اعتدُوا	اعتدَوْا
أعطى	لقد أعطُوه فرصة أخيرة لإثبات كفاءته	أعْطَوْه
	أهلا بالذين أعطُوا.	أعطَوْا
يتعالى	يتعالُون على الناس كبرياء	يتعالَوْن
لاقى	لاقُوا حتفهم	لاقَوْا
	إن ستين ألفا لاقُوا مصرعهم	
نجا	عشرون شخصا نجُوا من الحادث	نَجَوْا

أحياناً يتم فتح ما كان يجب أن يُضم قبل واو الجماعة، كما يبدو من الأمثلة الآتية:

الفعـل قبل الإسناد	الفعل فى جملته بعد الإسناد	الصواب
بَقِيَ	بَقَيْتُ فى مكانى	بَقِيتُ
حَظِيَ	الذين حَظَوْا بثقة المواطنين	حَظُوا
رَضِيَ	حتى رَضَوْا بالهوان	رَضُوا

(د) إسناد الفعل المقصور المؤنث بالتاء إلى ألف الاثنين :

القاعدة الصرفية أنه إذا أسند فعل مقصور إلى ألف الاثنين فإن كانت الألف ثالثة ردت إلى أصلها، وإن كانت رابعة فصاعدا أبدلت ياء.

وهناك قاعدة أخرى تقضى بحذف ألف المقصور عند تأنيث الفعل بالتاء، مثل اقتدى ـــــ اقتدت ، اعتدى ـــــ اعتدت.

ويظل الحكم كما هو - - أى بحذف الألف - إذا أسند الفعل بعد تأنيثه إلى ألف الاثنين[١]، وأحياناً يأتى عكس ذلك فى وسائل الإعلام، كما يظهر من الجدول الآتى:

الفعـل	الفعل فى جملته بعد	الفعل بعد تأنيثه	الفعل بعد تأنيثه وإسناده	الفعل الخاطئ فى جملته
اختفى	اختفيا	اختفت	اختفتا	كانت الطائرتان قد اختفيتا
ارتمى	ارتميا	ارتمت	ارتمتا	ارتميتا فى أحضان والدتهما
اهتدى	اهتديا	اهتدت	اهتدتا	اهتديتا بنفسيهما إلى الحقيقة

(هـ) إسناد فعل الغائب إلى نون النسوة :

القاعدة الصرفية أنه إذا أسند فعل الغائب إلى نون النسوة يبقى حرف المضارعة ياء، ولا يبدل تاء[٢]، ولكن شاع فى لغة الإعلام إبدال هذه الياء تاء ظنا أنها تاء المؤنث مع أنها تاء الخطاب، وتاء الخطاب لا تأتى مع الغائب[٣].

---

(١) وشاهده قوله تعالى: (قد كان لكم آية فى فئتين التقتا).

(٢) فيما عدا قراءة شاذة وردت فى البحر (٥٠٨/٧)، وهى «تكاد السموات تتفطرن».

(٣) ربما نشأ هذا الوهم من أن التاء قد تأتى للتأنيث: الفتاة تذاكر، وقد تأتى للخطاب: أنت تذاكر. ولكن يغنى عن تاء التأنيث نون النسوة فى الجمل السابقة، ولا تكون التاء إلا للخطاب.

والأمثلة الآتية توضح ذلك:

الفعل فى جملته بعد الإسناد	الصواب
السيدات اللاتى تشكين من العقم يواجهن الحقيقة المرة	يشكون
إن مقدمات التليفزيون تفعلن ذلك من باب الدلال	يفعلن
اثنتان وأربعون سيدة من ألمانيا تزرن مصر	يزرن
ثمان وأربعون وزيرة بالكومنولث تبحثن قضايا المرأة	يبحثن
الطالبات تكتسحن المراكز الأولى فى الثانوية العامة	يكتسحن

وأمثال الأفعال السابقة تأتي من المخاطبات مثل:

* «أنتن تفعلن ذلك من باب الدلال».

* «أنتن تزرن مصر».

ونحو ذلك.

(و) إسناد الماضى المضعف إلى ضمائر الرفع المتحركة :

يشيع نوعان من الخطأ فى هذا النوع من الأفعال عند إسناده إلى ضمائر الرفع المتحركة[١]، وهما:

١- إبقاء التضعيف فى الفعل، وزيادة ياء بعده، والواجب فك التضعيف، والأمثلة الآتية من لغة الإعلام:

الفعل	العبارة التى ورد فيها	الصواب
استغلّ	استغلَّيتم الأرض	استغْلَلْتم
استقلّ	استقلَّيْتُ برأيى	استقْلَلْتُ
استشفّ	استشفَّيْت من كلام الرئيس..	استشْفَفْتُ

(١) هى تاء المتكلم أو المخاطب، ونون النسوة، ونا المتكلمين..

٢- ضبط عين الماضى الثلاثى المجرد ضبطا خاطئا بعد فك إدغامه حين يكون من باب «فرح»، كما يبدو من الأمثلة الآتية:

الفعل	العبارة التى ورد فيها	الصواب
بَرّ	بَرَرْتُ بوعدى	بَرِرْتُ
غَصَّ	غَصَصْتُ بالطعام	«غَصِصْتُ»
ظَلّ	ظَلَلْتُ سهران	ظَلِلْتُ

ثالثاً - أهم المآخذ النحوية والتركيبية :

١- أخطاء العدد

تكثر أخطاء العدد فى لغة الإعلام بصورة لافتة للنظر، وبخاصة بالنسبة للإعلام المسموع حيث يتأثر نطق كثير من المذيعين بنطقه العامى، فينطق عشرين: «عِشّين» وثلاثة عشر: «تَلَتَّاشر» ومئة : «مِيّه» ومئتين: «مَتَين» وهكذا.

وإذا كان يمكن التجاوز عن هذا بالنسبة لقارئى النشرة الجوية أو أسعار العملات من غير المذيعين، فإنه لا يمكن قبوله من قارئى النشرات الإخبارية حتى لو أسندت إليه قراءة النشرة الجوية أو أسعار العملات.

أما الأخطاء الأخرى التى يكثر ترددها فى لغة الإعلام فأهمها:

(أ) العدد «ثمانٍ»:

يسبب العدد «ثمانٍ» مشكلتين لمستعمله، سواء جاء مفردا أو مع غيره، وحل هاتين المشكلتين أمر سهل إذا علمنا أنه فى صيغته المذكرة «ثمان» يعامل معاملة المنقوص فيكون إعرابه فى حالتى الرفع والجر (إذا لم يكن مضافاً) بحركة مقدرة على الياء المحذوفة (ويلزم النون تنوين العوض)، وبالحركة المقدرة على الياء

المذكورة (إذا كان مضافاً). وفى حالة النصب ينصب بفتحة ظاهرة. وللقارئ فى هذه الحالة أن يصرف العدد فينونه قائلاً «ثمانيا»[١]، وهو الأصل، أو يمنعه من الصرف فيفتح ياءه دون تنوين قائلاً: «ثمانى»[٢].

١- العدد ثمان فى حالتى الرفع والجر :

الجملة التى ورد فيها العدد	نوع العدد	الصواب
وصول ثمانُ مئة أمريكى	مضاف	ثمانى مئة
أصيب ثمانُ مئة آخرون	مضاف	ثمانى مئة
طولها ثمانُ مئة وعشرون	مضاف	ثمانى مئة
استثماراتها ثمانُ مئة مليون	مضاف	ثمانى مئة
صدر عن المجلس ثمانُ وخمسون قرارا	مفرد	ثمانٍ وخمسون

٢- العدد ثمان فى حالة النصب :

الجملة التى ورد فيها العدد	الصواب
تبلغ ثمانى ساعات	ثمانىَ
بلغت ثمانٍ وعشرين مرة	ثمانياً - ثمانىَ
استمرت ثمانٍ وأربعين ساعة	ثمانياً - ثمانىَ
بلغت درجة الحرارة أمس ثمانٍ وثلاثين درجة	ثمانياً - ثمانىَ
استمر الجدل حولها ثماناً وعشرين سنة	ثمانياً - ثمانىَ

(ب) العدد «اثنين»:

من المعروف أن العرب لا تستعمل العدد «اثنين» مفرداً، وإنما تستعمله مركباً أو معطوفاً. وإذا أرادت أن تعبّر عنه استخدمت لفظ المثنى من التمييز نفسه. ولكن كثيراً من الإعلاميين يستخدمون هذا العدد خلافاً لذلك كما يبدو من الأمثلة الآتية:

---

(١) حينما يكون العدد (٨) غير مضاف.

(٢) قال ابن سيده: منعوها من الصرف لشبهها بجوارى لفظاً لا معنى.

الجملة التى ورد فيها العدد	الصواب
إنقاذ اثنين مليون فدان	مليونى فدان
اعتمدت الدولة اثنين مليونا من الجنيهات	مليونى جنيه
بطول اثنين كيلو مترا	كيلو مترين
مئةً واثنتين دولة	مئة دولة واثنتين

(جـ) الخطأ فى تمييز العدد:

يشمل هذا الخطأ ثلاثة أنواع من الانحراف هى:

١- **الخطأ فى صياغة التمييز**، كما يبدو من الأمثلة الآتية:

العدد	الجملة التى ورد فيها	صواب التمييز
ثلاثة	وزعت على مئتين وثلاثة شاباً	شبان
عشرة	يبعد عشرة كيلو متر عن الهدف	كيلو مترات
ستة	يقطنها أكثر من ستة مليون نسمة	ملايين

٢- **الخطأ فى ضبط التمييز**، كما يبدو من الأمثلة الآتية:

التمييز	الجملة التى ورد فيها	صواب التمييز
مئة	ركّب أربع مئةً وعشرين صاروخاً	أربع مئةٍ
شركة	مع أربع عشرة شركةٍ أجنبية	أربع عشرة شركةً
قطعة	وحوالى خمسين قطعةِ سلاح	خمسين قطعةَ
ألف	من أصل خمسين ألفِ جندى	خمسين ألفَ

(د) الخطأ فى تذكير العدد وتأنيثه:

كما يبدو من الأمثلة الآتية:

الجملة التى ورد فيها العدد	الصواب
بزيادة خمسة عشر ليرة عن سعر أمس	خمس عشرة
مكونة من إحدى وعشرين بابا	واحد وعشرين
ما بين عشر إلى اثنى عشر وزيرا	ما بين عشرة
إحدى عشر مرة	إحدى عشرة
أخلت أربع مواقع	أربعة

(هـ) أخطاء الوصف من العدد المركب:

الوصف من العدد المركب (من ١١-١٩) تحكمه قاعدتان هما:

١- البناء على فتح الجزأين.

٢- مطابقة المعدود تذكيراً وتأنيثاً.

ويمكن ملاحظة الخروج على هاتين القاعدتين فى لغة الإعلام .

أما الخروج على القاعدة الأولى فيمكن توضيح أمثلته فى الجدول الآتى:

(١) يرفع إما على البدل أو عطف البيان. وقد جاء عليه قوله تعالى: (ولبثوا فى كهفهم ثلاث مئة سنين) حيث أعرب النحاة «سنين» بدلاً أو بياناً. ولا يصح جرها على الإضافة فى هذه الحالة، نظرا لتنوين العدد.

الجملة التى ورد فيها العدد	الصواب
من الآن وحتى الخامسِ عشر من هذا الشهر	الخامسَ عشر
فى الثالثِ عشر من الشهر الحالى	الثالثَ عشر
حتى السابعِ عشر من الشهر القادم	السابعَ عشر
فى الثامنِ عشر منه	الثامنَ عشر
وجاء القرن التاسعُ عشر	التاسعَ عشر

وأما الخروج على القاعدة الثانية فتمثله الجملتان الآتيتان:

١- كان فى السابعة عشر من عمره حينما...، والصواب: فى السابعة عشرة (على تقدير فى السنة السابعة عشرة).

٢- الحلقة الثالثة عشر، والصواب: الثالثة عشرة.

(و) الواحد والحادى:

حينما تريد العد تقول: واحد - اثنان - ثلاثة... - أحد عشر - اثنا عشر - ثلاثة عشر ... - واحد وعشرين - اثنان وعشرون... إلخ.

أما إذا أردت أخذ الوصف من العدد فأنت تقول: الأول - الثانى - الثالث... - الحادى عشر - الثانى عشر - الثالث عشر... - الحادى والعشرون - الثانى والعشرون... إلخ.

(ز) الخطأ فى تذكير العدد وتأنيثه:

يستعمل «الثانى» فيما يليه ثالث ورابع... و«الآخِر» فيما لا يتبعه شىء، ولهذا قيل فى صفاته تعالى: «هو الأول والآخِر»، ولم يقل: والثانى، لأنه ليس بعده تعالى شىء.

وعلى هذا يتبين خطأ ما هو شائع فى لغة الإعلام من قولهم: ربيع الثانى، وجمادى الثانية، ويتبيّن أن الصواب: ربيع الآخِر، وجمادى الآخِرة.

(ح) النسب إلى ألفاظ العقود وجمعها:

يجوز النسب إلى ألفاظ العقود فيقال: العيد الخمسينى، والذكرى الأربعينية. وقد أجاز مجمع اللغة العربية بالقاهرة جمع ألفاظ العقود بالألف والتاء إذا ألحقت بها ياء النسب، فيقال مثلا ثلاثينيات[١]، وأربعينيات ونحوها. ومنع المجمع أن يقال فى هذا المعنى: ثلاثينات بغير ياء النسب[٢]. وعلى هذا يظهر خطأ من يقول من رجال الإعلام:

ولد فى العشرينات من هذا القرن.

ونحن الآن على أبواب التسعينات (قبل دخول عام ١٩٩٠). فالصواب أن يقول: فى العشرينيات.. على أبواب التسعينيات.

(ط) بضع وبضعة:

يأخذ هذان اللفظان حكم العدد من ثلاثة إلى عشرة فيستخدم اللفظ المذكر للمعدود المؤنث، والمؤنث للمعدود المذكر. وعلى هذا يظهر خطأ من قال من رجال الإعلام:

«أسلم الروح بعد بضعة ليال»، والصواب:

«بعد بضع ليال» لأن مفرد «ليال»: «ليلة» فيستخدم معها لفظ «بضع» المذكر.

(ى) معنى العقد:

العقد كل عشر سنوات، فيقال: العقد الأول للأعداد من ١-١٠ والعقد الثانى من ١١-٢٠، والعقد الثالث من ٢١-٣٠... وهكذا..

---

(١) قال المجمع: ويدل اللفظ حينئذ على الحادى والثلاثين إلى التاسع والثلاثين، (وأرى أن الأصح أن يقال: على الثلاثين إلى التاسع والثلاثين)، وإلا فأين توضع «الثلاثين»؟.

(٢) كتاب الألفاظ والأساليب ، ص٨٤.

٢- أخطاء الاستثناء

(أ) إيقاع الجار والمجرور بعد «سوى»:

المعروف أن «سوى» اسم استثناء يضاف إلى ما بعده. ولكن لوحظ كثرة الخروج على هذا النمط فى أجهزة الإعلام، وذلك عن طريق إيقاع الجار والمجرور بعدها خلافا للاستعمال العربى.وأمثلة ذلك كثيرة منها:

١- «لا يقضى سوىعلى بعض أغراضه».

٢- «لميسفر الانفجار سوى عن فجوة صغيرة».

٣- «لم تجد مكاناً سوى فى الشريط الأخضر».

٤- «لم يصب سوى بخدوش».

٥- «لم تكن فصولها سوى من نسج الخيال».

والصواب فيها جميعها وضع «إلا» مكان سوى.

(ب) الاستثناء المفرغ «بإلا»:

حين تكون جملة الاستثناء منفيةوحذف منها المستثنى منه يسمى الاستثناء مفرغاً، ويكونإعراب ما بعد«إلا» بحسب وظيفته فى الجملة.ولكن أجهزة الإعلام لا تتنبه إلى هذا دائما فنجد بعض الكتاب والمتحدثينينصبون ما بعد «إلا» مطلقا مما يخالف القاعدة السابق ذكره، كما يبدو من الجدول الآتى:

جملة الاستثناء	الصواب
لا يستطيع الاعتماد عليها إلا جهابذةَ المحدَّثين	إلا جهابذةُ
أصبح لا يقدر على شرائها إلا القادرين	إلا القادرون
لا يفصلها عن طبقات الأرض إلا طبقةً واحدة	إلا طبقةٌ واحدةٌ
لم يعد أمام اللبنانيين إلا الشرعيةَ الدوليةَ	إلا الشرعيةُ الدوليةُ
لم يُجرح فى الحادث إلا شخصين	إلا شخصان

(جـ) استعمالان خاطئان لـ «عدا»:

المعروف أن «عدا» أداة استثناء، ومعنى الاستثناء إخراج شيء من شيء، فهو عملية طرح لا جمع. ولكن لوحظ استعمال «عدا» فى جمل لا تعنى فيها الإخراج والإنقاص، وإنما الإضافة والزيادة، وهذا عكس معناها اللغوى. والأمثلة الآتية توضح هذا الاستعمال الخاطئ :

* «ألف عشرين كتاباً عدا مئات المقالات».

والصواب: بالإضافة إلى مئات المقالات.

* «شاهد الاستعراض عشرون ألف متفرج عدا الذين شاهدوه من أسطح منازلهم».

والصواب: بالإضافة إلى الذين شاهدوه من أسطح منازلهم.

وهناك استعمال آخر لـ «عدا» يتشابه مع الاستعمال السابق،وهو إتباعها بحرف الجر «عن»، فى مثل العبارة: «يتسم بقصو النظر عداعن أنه مكلف جداً». والواجب فى مثل هذه الحالةحذف «عن»، وتغيير العبارة لتفيد معنى الإضافة (لا الحذف)، فتصبح: بالإضافة إلى أنه مكلف جداً».

(د) إيقاع ضمير الرفع المنفصل بعد «سوى»:

الاسم بعد «سوى» لا يكون إلا مجرورا بالإضافة، وعلى هذا لا يصح إيقاع ضمير الرفع بعدها، فلا يصح أن يقال:

* «لن يقوم بتحقيق طموحاتنا سوى نحن».
* «لن يحافظ على نظافة بلدنا سوى نحن».

ولتصحيح العبارتين ينبغى القول:

«لن يقوم بتحقيق طموحاتنا إلا نحن» (فيكون الضمير فاعلاً).

أو «لن يقوم بتحقيق طموحاتنا سوانا» (بإيقاع ضمير الجر المتصل).

ومثل هذا يقال فى الجملة الثانية.

(هـ) انتقاض النفى بعد «ما» بـ «إلا»:

يجوز نصب الخبر بعد «ما» المسماة بـ «ما الحجازية»، كما فى قوله تعالى: (ما هذا بشرا). ولكن عمل «ما» يبطل إذا انتقض النفى بإلا، كما فى قوله تعالى: (وما محمد إلا رسول قد خلت من قبله الرسل). وعلى هذا فقد أخطأ الكاتب فى قوله:

«ما إطلاق سراحهم إلا تصحيحا لهذا العمل غير الأخلاقى».

والصواب: إلا تصحيحٌ.

(و) الجر بعد «ما عدا»:

أجاز النحاة الجر والنصب بعد «عدا»، ولكنهم أوجبوا النصب بعد «ماعدا». وعلىهذا فقد أخطأ القارئ حين قال:

«فيما عدا فتاةٍ واحدة».

والصواب : فتاةً واحدة

وينصح من يصادف «عدا» أو «ما عدا» بالاتجاه إلى النصب دائماً، فهو جائز فى حالة وواجب فى حالة أخرى، وبذلك يخلّص نفسه من الوقوع فى الخطأ.

٣- أخطاء النفى

(أ) النفى «بلا»:

إذا أريد نفى الفعل الماضى وجب نفيه بـ «ما». ولا يصح استخدام «لا» إلا إذا تكررت مثل قوله تعالى: (فلا صدق ولا صلى، ولكن كذب وتولى)، أو كانت معطوفة على نفى سابق مثل: «ما جاء، الضيف، لا اعتذر». أما إذا نفى الماضى «بلا» فى غير هاتين الحالتين، فإنها تفيد الدعاء كما فى قوله تعالى: (فلا اقتحم العقبة، وما أدراك ما العقبة، فك رقبة)، وكما فى قولنا: «لا زال فضلك غامرا».

وعلى هذا يبدو خطأ ما شاع فى لغة الإعلام من مثل:

* «لازال العملاء يواصلون البحث». والصواب: «مازال العلماء يواصلون البحث».

* «لازال كثير من الإفريقيين فى حاجة إلى معونة عاجلة لإنقاذهم من الموت جوعا»، والصواب: «مازال كثير من الإفريقيين...».

* «ثلاثة شهور مضت ولازال الموقف العراقى كما هو».

ويمكن إبقاء حرف النفى «لا» كما هو لكن مع تحويل الفعل الماضى إلى المضارع فيقال: «لايزال العلماء يواصلون البحث».... إلخ.

لأن «لا» تستخدم لنفى الفعل المضارع دون شرط التكرار.

(ب) نفى المستقبل:

من المعروف أنه إذا أريد الدلالة على المستقبل المثبت جاز استعمال السين (إذا كان المستقبل قريبا)، أو سوف (إذا كان المستقبل بعيداً).

أما إذا أريد الدلالة على المستقبل المنفى فالأداة الواجب استخدامها هى «لن». وبعبارة أخرى يمكن أن يقال : إن نفى «سوف يفعل» هو «لن يفعل».

وعلى هذا يبدو خطأ ما شاع فى لغة الإعلام من استخدام سوف مع حرف النفى كما يبدو من الأمثلة الآتية:

الجملـة	الصواب
سوف لن يحدث	لن يحدث
سوف لا يظفر بغنيمته	لن يظفر بغنيمته
سوف لا تخفض معوناتها	لن تخفض معوناتها

(جـ) استخدام «أبداً» لتأكيد النفى فى الماضى :

المعروف فى لغة العرب أنه إذا أريد تأكيد النفى فى الماضى استخدم الظرف «قَط»، وإذا أريد تأكيده فى المستقبل استخدم الظرف «أبدا»[١]، كما فى قوله تعالى: (إنا لن ندخلها أبدا ما داموا فيها).

وبهذا يتضح الخطأ فى قول القائل:

* لم تنجح أبدا محاولات العلماء..

* لم تستخدم أبدا هذه الأسلحة، ولن تستخدمها.

وصوابهما: «لم تنجح قط...»، «لم تستخدم قط هذه الأسلحة...»[٢].

٤- عدم المطابقة فى التذكير والتأنيث

يتركز خطأ الإعلاميين فى قضية التذكير والتأنيث فى ثلاث حالات هى:

(أ) الخلط بين المذكر والمؤنث المجازى.

(ب) الخطأ فى استخدام «أحد» أو «إحدى» مع جمع المؤنث السالم وجمع التكسير.

(جـ) استخدام لفظ «كلا مع المثنى المؤنث.

(أ) الخلط بين المذكر والمؤنث المجازى:

لا توجد قاعدة يمكن بها تمييز المذكر من المؤنث المجازى، وإنما مردّ الحكم إلى السماع، أو الرجوع إلى المعاجم العربية، مما يخلق فرصاً كثيرة للخلط بينهما، من ذلك:

---

(١) فى اللسان: أما «قط» فإنه هو الأبد الماضى.

(٢) أجاز مجمع اللغة العربية بالقاهرة استخدام «أبدا» مع الماضى استنادا إلى قول المتنبى:

لم يخلق الرحمن مثل محمد * أبدا وظنى أنه لا يَخْلُقُ

مع اعترافه بأن هذا الاستخدام مولد.

١- تأنيث ما حقه التذكير :

اللفظ	الجملة التى ورد فيها	الصواب
بلد	أن بلديهما ستؤيدان	سيؤيدان
رأس	كنت أتمنى أن أرى رأسه معلقة	معلقا
	كان ذا رأس صلعاء	أصلع
	خمسون ألف رأس نووية	نووى
سبب	لسببين أساسيين أولاهما	أولهما
مستشفى	توفى بمستشفى المنيرة التى نقل إليها	الذى نقل إليه

٢- تذكير ما حقه التأنيث:

اللفظ	الجملة التى ورد فيها	الصواب
أذن	كان ذا أذنين كبيرين	كبيرتين
فخذ	أصيب برصاصة فى فخذه الأيسر	اليسرى
سنّ	فى هذا السنّ المبكر	هذه السن المبكرة
كتف	كان يشكو من ألم فى كتفه الأيمن	اليمنى

وإذا كان هناك من عذر لتذكير الألفاظ السابقة لعدم وجود علامة تأنيث فليس هناك عذر فى تذكير الكلمات الآتية مع وجود علامة التأنيث بها:

اللفظ	الجملة التى ورد فيها	الصواب
كبرياء	هذا الكبرياء الكاذب	هذه... الكاذبة
ماكينة	ماكينة طب ألمانى	ألمانية
نشرة	فى النشرة الإنجليزي	الإنجليزية

(ب) الخطأ فى استخدام «أحد» أو إحدى» :

مع جمع المؤنث السالم وجمع التكسير:

ليس هناك ما يمنع من جمع بعض الأسماء المذكرة جمع مؤنث سالما ، ومن هنا تسرب الوهم عند بعض الإعلاميين حينما ظن أن مفرد جمع المؤنث هو مؤنث دائماً فوضع أمامه لفظ «إحدى » باطراد. وقد وجد هذا الوهم فى لغة الإعلام فى أمثلة كثيرة منها:

الكلمة مفردة	العبارة التى ورد فيها جمعها
مؤتمر	إحدى مؤتمرات نزع السلاح.
مستشفى	إحدى المستشفيات.
محل	إحدى المحلات.
موضوع	يتم اختيارها من إحدى الموضوعات.
انفجار	فى إحدى الانفجارات.

كذلك ليس هناك من دليل بالنسبة لجمع التكسير إلا بعد رده إلى مفرده لتحديد اللفظ الملائم أهو «أحد» أم «إحدى». وقد وقع مثل الوهم السابق مع جمع التكسير فى أمثلة منها:

الكلمة مفردة	العبارة التى ورد فيها جمعها
مصنع	إحدى المصانع الصغيرة.
يوم	إحدى هذه الأيام.
معطف	يرتدى إحدى المعاطف البالية.

والصواب فى جميع الأمثلة السابقة الإشارة إلى الواحد بلفظ المذكر فيقال: أحد المؤتمرات، أحد المستشفيات، أحد المحلات... إلخ.

وكما شاع وضع «إحدى» مكان «أحد» للإشارة إلى الواحد المذكر شاع العكس، أي وضع «أحد» مكان «إحدى» للإشارة إلى الواحدة المؤنثة، كما في الأمثلة الآتية:

الكلمة مفردة	العبارة التى ورد فيها جمعها
نتيجة	أحد النتائج الحتمية.
جهة	أحد الجهات التى تقيّم الإنتاج
حملة	فى أحد الحملات على أوكار السلاح
قضية	فى أحد قضايا الحدود الأخيرة.

والصواب فى كل هذا الإشارة إلى الواحدة المؤنثة بلفظ «إحدى»، فيقال: إحدى النتائج، إحدى الجهات... إلخ.

٥- عدم المطابقة فى الاسم الموصول

حين يقع الاسم الموصول صفة للفظ قبله فالواجب أن يطابق موصوفه فى الجنس (تذكير - تأنيث)، وفى العدد (الإفراد - التثنية - الجمع). وفى لغة الإعلام خروج على هذه القاعدة كما يبدو من الأمثلة الآتية:

الجملـة	اسم الموصول المستخدم	الصواب
* هاتان الطائرتان العجيبتان (من الأواكس) التى تتحدث عنهما المراجع العسكرية.	التى	اللتان
* تطور العلاقات إلى المستوى التى هى عليه اليوم.	التى	الذى
* فى اللحظة الذى انتهى فيها مجلس الوزراء.	الذى	التى
* الخريطة البيانية الذى يتولى الشرح عليها السيد وزير النقل.	الذى	التى
* سيفقد قوة جيشه التى بناه بأموال العرب.	التى	الذى
* إنقاذ ركاب العبارة الذى يُخشى أن يكونوا قد غرقوا.	الذى	الذين
* إغلاق المحطتين النوويتين التى تقع إحداهما فى ..	التى	اللتين
* النشاطالتى بدأت به المرأة.	التى	الذى

رابعاً: أهم المآخذ المعجمية والدلالية :

ويمكن تصنيف هذه المآخذ كما وردت فى كتاب "العربية فى الإعلام" للدكتور محيى الدين عبد الحليم وحسن الفقى (١٩٨٨) على النحو التالى :

١- أخطاء فى التعبير:

ويمكن بيان بعض الأخطاء فى الجدول التالى:

الخلاصة

الخطأ	الصواب	الدليل
يسدون رمقهم	يمسكون رمقهم	مختار الصحاح ص٢٥٧ - المصباح المنير ص٣٢٦ - القاموس المحيط ص٣٣٦.
ضحك عليه	ضحك منه	الآية ٢٩ من سورة المطففين - وكذلك الآية ٣٤ من السورة. مختار الصحاح ص٣٣٧ المصباح المنير ص٤٨٩. القاموس المحيط ص٣١١ ج٣.
صعد محمد السلم	صعد محمد فى السلم	مختار الصحاح ص٣٦٢ - المصباح المنير ص٤٦٢ القاموس المحيط ص٣٠٧ جزء -١.
أراقب الموقف عن كثب	أراقب الموقف من كثب	المصباح المنير
اضطررت للسفر	اضطررت إلى السفر	مختار الصحاح ص٣٩٢ ا - القاموس المحيط، الآية الثالثة من سورة المائدة. الآية ١١٩ من سورة الأنعام.
أخذت نصيبى عقاراً بدلاً عن المال	أخذت نصيبى عقاراً بدلاً من المال	مختار الصحاح ص٤٤ - المصباح المنير ص٥٤ - القاموس المحيط ص٣٤٣ - الآية ٦١ من سورة البقرة - الآية ١٠٨ من سورة البقرة - الآية الخامسة من سورة التحريم.

٢- أخطاء فى استعمال الكلمات:

يمكن حصر الأخطاء الشائعة فى استعمال الكلمات فيما يلى:

الخطأ	الصواب	الدليل
راسل	مرسل	الآية رقم ١٢ من سورة يوسف - الآية رقم ٣٥ من سورة النمل.
إنى مشتاق إلى رؤياك	إنى مشتاق إلى رؤيتك	القاموس المحيط ص٣٢٥ جـ٤ . الآية رقم ٤٣ من سورة يوسف.
المَصْيف	المَصيفِ	مختار الصحيح ص٣٧٥ - المصباح المنير ص٣١١.
رضخ الجند للقائد	امتثل الجند للقائد	مختار الصحاح ص٢٤٥ - المصباح المنير ص٣٣١.
سقط الوزير إلى درجات الا نحطاط	سقط الوزير إلى دركات الا نحطاط	مختار الصحاح ص٢٠٣ - سورة الإسراء الآية رقم ٢١.
سلم الخطيب على خطيبته	سلم الخاطب على خطيبته	القاموس المحيط جـ١ ص٦٢ - مختار الصحاح ص١٨٠ - المصباح المنير ص٣٢٦ - الآية رقم ٢٣٥ من سورة البقرة.
مررت على الخمارة	مررت على الحانة	القاموس المحيط ص٢٣ جـ٣ - مختار الصحاح ص١٦٦- المصباح المنير ص٢١٦.
ساهمت بمالى فى بناء المسجد	أسهمت بمالى فى بناء المسجد	المصباح المنير ص٣٩٨ - مختار الصحاح ص٣١٩.
يمتاز خالد بخِصلة جميلة	يمتاز خالد بخَصلة جميلة	مختار الصحاح ص١٧٧- القاموس المحيط ص٣٦٨.
كان خالد مستهتِرا فى عمله	كان خالد مستهتَراً فى عمله	مختار الصحاح ص٦٨٩ - المصباح المنير ص٨٧٠- القاموس المحيط ص١٥٧.
هذا التاجر مدان للمؤسسة	هذا التاجر مدين للمؤسسة	مختار الصحاح ص٢١٧- المصباح المنير ص٢٧٨.

٣- الأخطاء الشائعة فى حركات استخدام الأدوات والحروف :

الخطـأ	الصـواب	الدليل
سواء عليكم أجاهدتم أو لم تجاهدوا	سواء عليكم أجاهدتم أم لم تجاهدوا	الذى يستعمل بعد همزة التسوية أم ، يقول الله تعالى: (سواء عليهم أأنذرتهم أم لم تنذرهم لا يؤمنون)
لا أبالى إذا كرمتمونى أو لم تكرمونى	لا أبالى إذا كرمتمونى أم لم تكرمونى	الهمزة التى تستعمل بعد (لا أبالى) هى همزة التسوية التي تأتى بعدها أم ؛ يقول الشاعر: ولست أبالى بعد فقدى مالكا أموتى ناء أم هو الآن واقع
وما أدرى أفازوا فى السباق أو أخفقوا	وما أدرى أفازوا فى السباق أم أخفقوا	الهمزة التى تستعمل بعد (ما أدرى) هى همزة التسوية التى تأتى بعدها أم ، يقول الشاعر: وما أدرى أغيَّرهم تَنَاء وطول الدهر أم مالٌ أصابوا
ليت شعرى أتخمد نار الحرب فى العالم أو يطول أمدها.	ليت شعرى أتخمد نار الحرب فى العالم أم يطول أمدها.	الهمزة التى تستعمل بعد (ليت شعرى) هى همزة التسوية التى تأتى بعدها أم.
أراكبا جئت أو ماشيا	أراكباً جئت أم ماشيا	الهمزة يطلب بها وبأم التعيين وهى استفهامية وتأتى بعدها أم. وقال الله تعالى: (أأنتم اشد خلقاً أم السماء بناها).

الخطأ	الصواب	الدليل
كرم الرئيس الفائزين والغير فائزين	كرم الرئيس الفائزين وغير الفائزين	غير متوغلة فى الإبهام وأصلها أن تستعمل وصفية. يقول الله تعالى: (اهدنا الصراط المستقيم صراط الذين أنعمت عليهم غير المغضوب عليهم ولا الضالين) .
لازالت الحرب مشتعلة فى العراق	لاتزال الحرب مشتعلة فى العراق	(لا) لا تدخل على الماضى وإلا صار الكلام معها إنشاء وانقلب زمان الفعل إلى الاستقبال. قال الله تعالى: (لا يزال الذين كفروا فى مرية منه حتي تأتيهم الساعة بغته أو يأتيهم عذاب يوم عقيم) .
كلفت التلاميذ بكتابة الأسئلة	كلفت التلاميذ كتابة الأسئلة	يتعدى الفعل اللازم إلى المفعول به بالهمزة أو التضعيف وكذلك المتعدى لمفعول واحد حيث ينصب مفعولين ، قال الله تعالى: (ولقد آتينا موسى الكتاب وقفينا من بعده بالرسل وآتينا عيسى ابن مريم البينات وأيدناه بروح القدس) .

الخطأ	الصواب	الدليل
قال المتهم: أنى برىء	قال المتهم: إنى برىء	(إن) تكسر همزتها بعد القول، يقول الله تعالى: (قال: إنى عبد الله آتانى الكتاب وجعلنى نبياً) .
جلست حيث أن محمدا جالس.	جلست حيث إن محمدا جالس.	(إن) تكسر همزتها بعد حيث
زرته وأنى معلق عليه آمالا عظيمة. والله أنك مخلص أن الحياة جهاد. كرمت الذى أنه فاز	زرته وإنى معلق عليه آمالا عظيمة. والله إنك مخلص إن الحياة جهاد. كرمت الذى إنه فاز	تكسر همزة إن إذا وقعت موقع الحال. تكسر همزة إن إذا وقعت محل القسم. تكسر همزة إن إذا وقعت فى أول الكلام تكسر همزة إن إذا وقعت فى صدر الصلة. يقول ابن مالك: فاكسر فى الابتداء وفى بدء صله وحيث إن ليمين مكمله أو حكيت بالقول أو حلت محل حال كزرته وإنى ذو أمل.
شاع إنك ناجح علم إنك فائز تأكدت إنك مخلص من الواجب إنك تجتهد سررت لإنك ناجح	شاع أنك ناجح علم أنك فائز تأكدت أنك مخلص من الواجب أنك تجتهد سررت لأنك ناجح	تفتح همزة إن إذا صح أن تؤول مع معموليْها بمصدر ؛ أى شاع نجاحك فنجاح فاعل. وقعت فى موقع نائب الفاعل أى علم فوزك. وقعت فى موقع المفعول به أى تأكدت إخلاصك. وقعت فى موقع الخبر أى من الواجب اجتهادك. أوقعت فى موقع الجار والمجرور فى سررت لنجاحك.

الخطأ	الصواب	الدليل
نحن المصريون كرماء	نحن المصريين كرماء	إذا وقع الاسم المعرف بأل بعد ضمير المتكلم يعرب مفعولا به لفعل محذوف وجوبا تقديره أخص.
قررت الدولتان الأعظم مساعدة الدول النامية	قررت الدولتان العظميان مساعدة الدول النامية	اسم التفضيل إذا كان معرفاً بأل تجب مطابقته لموصوفه.
الوقوف موازى للطوار (للرصيف) سلمت على قاضى عادل لا تكن معادى لإخوانك	الوقوف مواز للطوار سلمت على قاضٍ عادل لا تكن معاديا لإخوانك	الاسم المنقوص تحذف ياؤه فى حالتى الرفع والجر وتظهر الياء فى حالة النصب يقول الله تعالى: (فمن خاف من موصٍ جنفا أو إثما فأصلح بينهم لا إثم عليه إن الله غفور رحيم) . يقول صلوات الله عليه وسلامه: كلكم راع وكلكم مسئول عن رعيته. ويقول المتنبى : يطأ الثرى مترفقاً من تيهه فكأنه آس يجس عليلا يقول الله تعالى: (ربنا إننا سمعنا منادياً ينادى للإيمان أن آمنوا بربكم فآمنًا) .
كرمت ثلاث تلاميذ فازت ستة طالبات اشتريت خمس عشرة كتابا	كرمت ثلاثة تلاميذ فازت ست طالبات اشتريت خمسة عشر كتابا	التمييز من ٣-١٠ جمع مجرور ويؤنث العدد مع المذكر والعكس يذكر العدد مع المؤنث. التمييز من ١١-٩٩ مفرد منصوب ويؤنث العدد الأول مع المذكر والعكس وعشرة تؤنث مع المؤنث

الخطأ	الصواب	الدليل
كافأت ستة عشر بنتاً اشتريت مائة تفاحات تبرعت الحكومة بالمائة مليون جنيه	كافأت ست عشرة بنتاً اشتريت مائة تفاحة تبرعت الحكومة بمائة المليون جنيه	وتذكر مع المذكر. الأعداد مائة وألف والمضاعفات تمييزها مفرد مجرور. ال لا تدخل إلا على المضاف إليه فى التمييز.
ما أجمل ألربيع ما أجمل ألإحسان	ما أجمل الربيع ما أجمل الإحسان	همزة الوصل لها مواضع ولا تكون فى حرف غير أل ولا فى فعل مضارع مطلقاً ، ولا فى ماض ثلاثى مثل أمر أخذ أو رباعى كأكرم بل الخماسى كانطلق والسداسى كاستخرج ، وأمر الثلاثى مثل اضرب ، وفى مصادر الخماسى والسداسى مثل انطلاق واستخراج . وهمزة القطع تكون فى أول الأسماء مثل أحمد، وأول الحروف مثل - إلى ، وأول الفعل الرباعى مثل أحسن ، وأمره مثل أحسِنْ ، ومصدره مثل إحسان.
احترمته من حيث إخلاصِه فى عمله	احترمته من حيث إخلاصُه فى عمله	حيث تضاف للجمل الاسمية أو الفعلية ويعرب ما بعدها مبتدأ.
ها هو الرئيس قد شرفنا	ها هو ذا الرئيس قد شرفنا	الإخبار عن الضمير بغير اسم الإشارة شاذ.

الدليل	الصواب	الخطأ
كما صرح به ابن هشام فى حاشية التسهيل ، يقول الله تعالى: (هاأنتم هؤلاء تحبونهم ولا يحبونكم) .	ها هو ذا شرفنا	ها هو شرفنا
يؤكد الضمير المرفوع المتصل بالنفس أو بالعين بعد توكيده بضمير رفع منفصل. الجملة الاسمية الواقعة حالا لا ينصب خبرها بل يرفع والجملة هى فى محل نصب حال. يقول الله تعالى: (وإذ واعدنا موسى أربعين ليلة ثم اتخذتم العجل من بعده وأنتم ظالمون) .	ذهبت أنا نفسى إلى المدرسة عاد الجنود وهم منتصرون	ذهبت نفسى إلى المدرسة عاد الجنود وهم منتصرين
إذا لم يصلح الجواب أن يكون شرطاً وجب اقترانه بالفاء. يقول الله تعالى: (من يهد الله فهو المهتد ومن يضلل فلن تجد له ولياً مرشداً) .	من يجتهد فلن يرسب	من يجتهد لن يرسب

٤- الأخطاء الشائعة فى حركات حروف الكلمات:

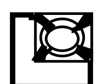
الخطأ	الصواب	الدليل
غرَق بفتح الراء	غرِق بكسر الراء	المصباح المنير ص٦٠٩ - مختار الصحاح ص٤٧٢ - الآية ٨٩ من سورة البقرة.
غلَظ بفتح اللام	غلُظ بضم اللام	مختار الصحاح ص٤٧٨ - المصباح المنبر ص٦١٧ - الآية ٧٣ من سورة التوبة.
خطَف بفتح الطاء	خطِف بكسر الطاء	مختار الصحاح ص١٨١ - المصباح المنير ص٢٣٧ - الآية ١٩من سورة البقرة الآية التاسعة من سورة الصافات.
عُنوة بضم العين	عَنوة بفتح العين	المصباح المنير ص٥٩٣.
أهُبة بضم الهاء	أهْبة بضم الهمزة وسكون الهاء	القاموس المحيط ص٣٧ جـ١ - مختار الصحاح ص٣١.
يدرِس بكسر الراء	يدُرس بضم الراء	مختار الصحاح ص١٠٣ - المصباح المنير ص٢٦٠ - الآية ٤٤ من سورة سبأ - الآية ١٥٦ من سورة الأنعام.
ينبُض بضم الباء	ينبِض بكسر الباء	مختار الصحاح ص٦٤٣ - القاموس المحيط ص٣٤٥ جـ١.
ينبت بكسر الياء	ينبت بضم الياء	مختار الصحاح ص٦٤٢ - المصباح المنير ص٨٠٩ - الآية ٣٧ من سورة آل عمران.
ينسِب بكسر السين	ينسُب بضم السين	مختار الصحاح ص٦٥٦ - المصباح المنير ص٨٢٦.
ينزَع بفتح الزاى	ينزِع بكسر الزاى	مختار الصحاح ص٦٥٤ - المصباح المنير ص٨٢٣ - الآية ٢٦ من سورة الأحزاب.

الخطـأ	الصـواب	الدليل
مَصر	مِصر	الآية ٧١ من سورة البقرة . الآية ٢١ من سورة يوسف .
عـرِف بمعـنى عـلم بكسر الراء	عرَف بفتح الراء	الآيـة ٨٩ من سورة البـقرة - الـقاموس المحيط مادة عرف.
تجرُبة بضم الراء خَزانة بفتح الخاء	تجربِة بكسر الراء خِزانة بكسر الخاء	كتاب شذا العرف فى فن الصرف ص٤٧- المصباح المنير ص٢٣٠ - مختار الصحاح ص١٧٤.
جُهنم بضم الجيم	جَهنم بفتح الجيم	مختار الصحاح ص١١٥ - الآية ٢٠٦ من سورة البقرة - الآيـة ١٢ من سـورة آل عمران - الآية ٩٣ من سورة النساء - رياض الصالحين ص٣٨٨.
عمَل بفتح الميم	عمِل بكسر الميم	مختار الصحاح ص٤٥٥ - المصباح المنير ص٥٨٨ - القاموس المحيط ص٢١ جـ٤ الآيـة ٤٢ من سـورة الأعـراف - رياض الصالحين ص٤٩١.
سخَط بفتح الخاء	سخِط بكسر الخاء	مختار الصحاح ص٢٩٠ المصباح المنير ص٣٦٦ - القاموس المحيط ٣٦٣ جـ٢ - الآية ٨٠ من سورة المائدة.
الحِلم بكسر الحاء بمعنى الرؤيا	الحُلم بضم الحاء بمعنى الرؤيا	مختار الصحاح ص١٥٢ - المصباح المنير ص٢٠٤ - الآية ٥٧ سورة النور .
كسِب بكسر السين	كسَب بفتح السين	مختار الصحاح ص٥٧٠ - المصباح المنير ص٧٣١ - الآية ٢٨٦ من سورة البقرة.

الخطأ	الصواب	الدليل
يشُب بضم الشين	يشِب بكسر الشين	مختار الصحاح ص٣٢٧ - المصباح المنير ص٤١٠.
يسبِر بكسر الباء	يسبُر بضم الباء	مختار الصحاح ص٢٨٣ - المصباح المنير ص٣٥٨.
يسلِب بكسر اللام	يسلُب بضم اللام	مختار الصحاح ص٣٠٨ - المصباح المنير ص٣٥٨.
يغِش بكسر العين	يغُش بضم العين	مختار الصحاح ص٤٧٥ - المصباح المنير ص٦١٢.
يرسِم بكسر السين	يرسُم بضم السين	مختار الصحاح ص٤١٣ - المصباح المنير ص٣١٩.
غلَظ بفتح اللام	غلُظ بضم اللام	مختار الصحاح ص٤٧٨ - المصباح المنير ص٣٧٦.
كبُر بضم الباء	كبِر بكسر الباء بمعنى أسنَّ	مختار الصحاح ص٥٦١ - المصباح المنير ص٧١٧ - الآية السادسة من سورة النساء.
يحِج بكسر الحاء	يحُج بضم الحاء	مختار الصحاح ص١٢٢ - المصباح المنير ص١٦٦ - الآية ١٨٨ من سورة البقرة.
صَلب بفتح الصاد	صُلب بضم الصاد	مختار الصحاح ص٣١٧ - المصباح المنير ص٤٧١.
شبَع بفتح الباء	شبِع بكسر الباء	مختار الصحاح ص٣٠٧ - المصباح المنير ص٤١١.
يسلُق بضم اللام	يسلِق بكسر اللام	مختار الصحاح ص٣١٠ - المصباح المنير ص٣٨٨.

الخطـأ	الصـواب	الدليل
سكَر بفتح الكاف	سكِر بكسر الكاف	مختار الصحاح ص٣٠٦ - المصباح المنير ص٣٨٢.
يسمِل بكسر الميم	يسمُل بضم الميم	مختار الصحاح ص٣١٤ - المصباح المنير ص٣٩٣.
تلطُم بضم الطاء	تلطِم بكسر الطاء	مختار الصحاح ص٥٩٨ - المصباح المنير ص٧٦٠.
شغَب بفتح الغين	شغِب بكسر الغين	مختار الصحاح ص٣٤٠ - المصباح المنير ص٤٣٠.
نهَل بفتح الهاء	نهِل بكسر الهاء	مختار الصحاح ص٦٨٢ - المصباح المنير ص٨٦٤.
كرهَ بفتح الراء	كرِه بكسر الراء	مختار الصحاح ص٥٦٨ - المصباح المنير ص٧٢٩ - الآية ٨١ من سورة التوبة - الآية ٩ من سورة محمد.

الخطأ	الصواب	الدليل
بدأوا	بدءوا	ترسم الهمزة متوسطة على السطر إذا كانت مضمومة وبعدها واو الجماعة وكان الحرف الذى قبلها مفتوحاً لا يتصل بها.
ييأس	ييئس	إذا كانت الهمزة قبلها ياء ساكنة ترسم على ياء.
جزاءا	جزاء	تكتب الهمزة على السطر إذا وقعت متطرفة بعد ألف.
رؤوس	رءوس	ترسم الهمزة المتوسطة على السطر وبعدها واو لا يمكن اتصالها بما قبلها.
فؤوس	فئوس	ترسم الهمزة على ياء إذا كانت مضمومة وبعدها واو يمكن اتصالها بما قبلها.
مسئلة	مسألة	ترسم الهمزة على ألف إذا كانت مفتوحة وقبلها حرف ساكن صحيح
يحيى	يحيا	الألف اللينة المسبوقة بياء تكتب ألفاً
تفضلو	تفضلوا	تزاد الألف بعد الواو فى تفضلوا
ثلاث مائة	ثلثمائة	تحذف الألف اللينة من كلمة ثلاث إذا ركبت مع المائة.
يا ابن أبى بكر	يا بن أبى بكر	تحذف همزة الوصل من كلمتى ابن وابنة بشرط أن يقع كل منها مفردا فى أول السطر.
لاكن	لكن	تحذف الألفاللينة من كلمة لكن .
ذاك	ذلك	تحذف الألف من اسم الإشارة ذلك وهذان وهؤلاء.
هاذان	هذان – هؤلاء	



ملخص الوحدة الثامنة

نتج عن زيادة عدد القنوات التليفزيونية والإذاعية زيادة فى عدد المذيعين والمذيعات الذين لم يتلقوا نصيباً كافياً من التأهيل والتدريب اللغويين، الأمر الذى ترتب عليه كثرة الوقوع فى الأخطاء اللغوية.

ويمكن تقسيم المآخذ إلى أنواع ثلاثة:

- ما يخص جانب الصوت والأداء .
- ما يخص جانب المعجم أو ضبط بنية الكلمة بالشكل.
- ما يخص جانب النحو أو الضبط الإعرابى .

من أهم الملاحظات على جانب الصوت والأداء :

- الاستخدام المعيب للوسائل الصوتية غير اللفظية، ومنها كثرة السكتات والوقفات الخاطئة، والخطأ فى تنغيم الجملة أثناء قراءتها.
- نطق الأصوات نطقاً معيباً.
- الخلط بين «الـ» الشمسية و«الـ» القمرية.
- الخلط بين همزتى الوصل والقطع.

من أهم المآخذ الصرفية :

- أخطاء التثنية.
- الاستخدام الخاطئ لكلا وكلتا.
- أخطاء الجمع.
- أخطاء الإسناد.

من أهم المآخذ النحوية والتركيبية :

- أخطاء العدد.
- أخطاء الاستثناء.
- أخطاء النفى.
- عدم المطابقة فى التذكير والتأنيث.
- عدم المطابقة فى الاسم الموصول.

تتبلور أهم المآخذ المعجمية والدلالية فى الفئات التالية :

- أخطاء فى التعبير.
- أخطاء فى استعمال الكلمات.
- أخطاء شائعة فى حركات حروف الكلمة.
- أخطاء شائعة فى استخدام الحروف والأدوات.
- أخطاء إملائية.

أسئلة على الوحدة الثامنة

؟

س١: اذكر أهم المآخذ على جانب الصوت والأداء بالنسبة للمذيعين، مستشهداً بالأمثلة.

س٢: اذكر أهم أخطاء التثنية التى يقع فيها المذيعون .

س٣: اكتب مذكرات مختصرة عما يلى :

- أخطاء الإسناد فى لغة المذيعين .
- أخطاء العدد .
- أخطاء الاستثناء.

س٤: صحح التراكيب اللغوية التالية:–

- يسدون رمقهم.
- صعد محمد السلم.
- اضطررت للسفر.
- الراسل.
- إنى مشتاق إلى رؤياك.
- ساهمت بمالى فى بناء المسجد.

س٥: عرف ثلاثة أنواع من المآخذ الصوتية والنطقية .

س٦: وضح أهم المآخذ النحوية والتركيبية فى لغة الإعلام .

س٧ : عدد فئات المآخذ المعجمية والدلالية فى اللغة الإعلامية .

مراجع الوحدة الثامنة

للاستزادة حول هذا الموضوع، يمكن للدارس الرجوع إلى المرجعين المهمين التاليين:

- أحمد مختار عمر (١٩٩٣): ***أخطاء اللغة العربية المعاصرة عند الكتاب والإذاعيين***. القاهرة، عالم الكتب، ط٢.
- محيى الدين عبد الحليم، حسن الفقى (١٩٨٨): ***العربية فى الإعلام: الأصول والقواعد والأخطاء الشائعة***. القاهرة، مطابع دار الشعب .

ويحتوى الكتابان، لاسيما الأول الذى اعتمدنا عليه اعتماداً كبيراً، على قائمة مفصلة بالأخطاء والمآخذ التى يقع فيها المذيعون والكتَّاب، وهما مرجعان لازمان لكل العاملين فى مجال وسائل الإعلام وننصح باقتنائهما.